

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE LETRAS



*O meme como unidade cultural:
Alice, um meme multidimensional*

Paulo Emanuel Bento Alves

Dissertação orientada pelo Professor Doutor Manuel Frias Martins

Mestrado em Cultura e Comunicação

2017

*O artista é um criador de coisas belas.
Revelar a arte e esconder o artista é o fim da arte.*

[...]

*Toda a arte é, à vez, superfície e símbolo.
Os que quiserem compreender o símbolo, também correm os seus riscos.*

[...]

Toda a arte é completamente inútil

OSCAR WILDE

Agradecimentos

Gostaria de deixar um agradecimento a todos os que contribuíram, ao longo do meu percurso, para o desenvolvimento do presente trabalho.

Gostaria de agradecer ao meu orientador, o Professor Manuel Frias Martins, por ter orientado esta dissertação, por toda a atenção, disponibilidade e paciência que me deu. Os meus sinceros agradecimentos pelo incentivo a terminar este trabalho.

Ao Professor Nelson Pinheiro Gomes, pela disponibilidade no incessante debate das ideias, por me desafiar com questões e dúvidas que contribuíram para encontrar o meu percurso.

À minha amiga Maria, um agradecimento especial, que não tem descrição possível. Obrigado pela motivação, pelos dias na biblioteca, pelas discussões e debates, mas sobretudo por partilharmos uma visão.

À Teresa, à Mafalda, ao Romeu e à Michelle, obrigado por me recordarem sempre do caminho, pelo interesse e pelo suporte que me deram

Um agradecimento muito especial à Eduarda, pelo perseverança na concretização deste trabalho.

Ainda aos que aqui faltam, e que depositaram a sua confiança no meu percurso, a todos um obrigado.

Índice

Introdução	07
1. O Meme, a Memória e a Cultura Memética	
1.1 O Meme	11
1.2 O fenómeno da Memória	16
1.3 Replicação e Semiose – o meme e o processo de significação	23
1.4 A validação da informação no espaço social pelo capital simbólico	29
1.5 A cultura memética e os padrões socioculturais	35
1.5.1 Cultura memética e os Estudos de Tendências	37
2. Texto, Imagem e Literacia Cultural	
2.1 A Literacia cultural e a imitação	45
2.2 Uma potência de imagem: o mito e o conto	50
2.3 A similitude da imagem e do texto	54
2.4 A imagem como significado	58
3. Caso de estudo: A interferência das artes em Alice	
3.1 O vestido de Alice: a lógica do sentido e a identidade cultural	66
3.2 As várias faces de Alice: um meme do sinistro	71
3.3 O gene cultural: o meme e o Estudo de Tendências	84
Conclusão	87
Bibliografia	89

Resumo

O estudo do meme possibilita não só um melhor entendimento dos processos culturais, mas também do ADN cultural. Neste sentido, o objetivo desta investigação consiste no estudo do meme através da análise do discurso textual e visual, centrando-se na identidade cultural de Alice — personagem de Lewis Carroll. Começamos por delimitar conceitos essenciais, como meme, memória, signo, entre outros. De seguida, exploramos as relações entre o texto e a imagem através das semelhança e imitação, utilizando o mito e o conto como elementos de compreensão dessas relações. O nosso trabalho culmina com *Alice no País das Maravilhas* como estudo de caso. Aqui exploramos o percurso do meme de Alice em diferentes momentos e perspetivas, e refletimos sobre a aplicação do meme à comunicação.

Palavras-Chave: Meme, Cultura memética, Discurso, Memória, Gene cultural, Alice no País das Maravilhas

Abstract

The study of the meme provides, not only a better understanding of the cultural processes, but also of its cultural DNA. The dissertation aims at studying the meme through the analysis of textual and visual discourse, focusing on the cultural identity of Alice, Lewis Carroll's well known character. We begin by setting out essential concepts such as meme, memory, sign, among others. Then we explore the relations between the text and the image through similarity and imitation, using the myth and the tale as elements for understanding those relations. Our work culminates with *Alice in Wonderland* as case study, exploring the way Alice's meme develops at different times and perspectives. We also reflect on the application of the meme to communication.

Key words: Meme, memetic culture, discourse, memory, cultural gene, Alice in Wonderland

Introdução

Our memes is who we are — esta afirmação de Susan Blackmore (vd. Blackmore, 1999: 22) descreve de forma sucinta a premissa que provocou o interesse em desenvolver a nossa investigação. O meme é uma unidade de informação que possui múltiplas manifestações no espaço social. A tradução da relação entre estas manifestações e o espírito do tempo permite compreender em que medida cada indivíduo é um reflexo dos memes presentes no nosso espaço social.

Para compreender estas transformações no mundo sensível, vamos destacar a intertextualidade do discurso literário e do discurso visual através do meme cultural. Estes códigos de que nos apropriamos para comunicar são externos à nossa natureza, mas o seu desenvolvimento e interiorização através da memória coletiva permitem a partilha das mitologias, ritos e padrões de comportamento que formam a nossa consciência sobre as normas sociais de interacção.

A afirmação de Blackmore parece linear. Não obstante, queremos perceber a transformação que ocorre nos processos de significação quando produzidos pelos *memes culturais*. Por um lado, isto significa perceber a criação de novos atos, por outro, a banalização do próprio significado nesses atos, embora contribuindo para uma nova dimensão de significação. O interesse por este fenómeno surge da necessidade de compreender o modo como percebemos o mundo sensível e o mundo das ideias por intermédio deste agente que altera mentalidades.

Tanto a multiplicidade de autores que refletiram sobre o meme e a memética, como a névoa que envolve o conceito de meme traduz-se em incoerências teóricas e múltiplas perspetivas sobre a natureza do meme. São poucas as obras que criam pontes entre o meme, o discurso e o contrato social, e que exploram esta unidade de informação como catalisadora de inovação. Sublinhamos que áreas como a biologia evolutiva, cultura evolutiva ou psicologia exploram o meme em paralelismo com o estudo do gene. No entanto, através das relações entre o discurso literário e o discurso visual,

pretendemos estabelecer ligações que permitem identificar espaços de desenvolvimento e de aplicação do meme enquanto unidade cultural catalisadora de transformações sociais.

Dividimos o trabalho em três capítulos principais: 1) O Meme, a Memória e a Cultura Memética; 2) Texto, Imagem e Literacia Cultural; e 3) Caso de estudo: A interferência das artes em Alice.

O primeiro capítulo, composto por cinco subcapítulos, centra-se na definição de meme e de alguns conceitos satélites. Aqui são trabalhadas abordagens teóricas de máxima importância, como a definição de meme de Richard Dawkins e de Susan Blackmore, que são basilares para compreender o meme enquanto unidade de informação que introduz inovação. O mesmo acontece com o trabalho de Daniel Dennett, Edgar Morin, Pierre Bourdieu, Maurice Halbwachs e Henry Bergson que permitem construir palcos de entendimento para o meme, a memória colectiva e a validação de processos e atos de significação. O trabalho de Raymond Williams, T.S. Eliot e Merlin Donald permitiu estabelecer pontes de compreensão entre o meme, a cultura memética e a sua aplicação aos estudos de tendências através dos padrões socioculturais.

O segundo capítulo — Texto, Imagem e Literacia Cultural — está organizado em quatro subcapítulos, centrando-se primeiramente na abordagem da literacia cultural como forma de compreensão de atos de significação, e de seguida na imitação como um dos elementos basilares da nossa vida social. Exploramos o mito e o conto enquanto construção de identidades e desenvolvimento de códigos sociais, assim como as relações de similitude do discurso verbal, escrito e visual. Para este capítulo, o trabalho de autores como Gabriel Tarde, Susan Sontag, Vilém Flusser, Michel Foucault, Roland Barthes, Hans Belting, Mircea Eliade e Jack Zipes, entre outros, foi da máxima importância para estabelecer palcos de entendimento.

Por fim, organizamos o último capítulo em quatro subcapítulos, onde são exploradas as obras de Lewis Carrol — *Alice in Wonderland* e *Alice Through the Looking Glass and What Alice Found There* — como caso de estudo. É explorado o

conceito de identidade cultural, mas também a lógica do sentido como processo e representação do contrato social de Alice. São apresentadas diversas manifestações da parasitação de Alice, enquanto meme cultural, nas representações audiovisuais. Continuando este percurso de desconstrução, demonstramos a apropriação cultural presente nas representações de Alice. O trabalho de autores como Eugenio Trías, Jacqueline Fescher, Donald Rackin, Lionel Morton, Florian T. Brody, entre outros, permitiu construir uma base de compreensão da obra multidimensional e, conseqüentemente, refletir sobre a aplicação do meme enquanto unidade cultural que pode gerar inovação.

A potencialidade da aplicação do meme enquanto unidade cultural permite introduzir inovação e capacitar projetos através de uma melhor compreensão das unidades presentes na memória coletiva

O Meme, a Memória e a Cultura Memética

1.1 O Meme

memes the mind is the effect not the cause!

Daniel Dennett

Our memes is who we are

Susan Blackmore

Na sua obra *O Gene Egoísta*, Richard Dawkins desenvolve o conceito de meme através dum paralelismo entre o papel do gene na genética e o papel do meme na cultura (vd. Dawkins, 1998). O autor faz uma analogia entre a transmissão cultural e genética. Como adverte no seu texto, o conceito de cultura não deve ser entendido *num sentido erudito, mas como um cientista a usa* (v.d. Dawkins, 1998, 296). Compreender a evolução cultural em paralelo com a evolução genética tem sido um objecto de estudo da sociobiologia. Note-se que Richard Dawkins, apesar de assumir-se como um “darwinista entusiasta”, conclui que alguns dos pressupostos evolutivos que defende não são suficientes para colmatar a tarefa de explicar a cultura e a sua evolução (vd. Dawkins, 1998, 298-299). Como tal, afirma que balizar a teoria da evolução de Darwin aos genes é limitador salientando que o importante a reter é o facto dos genes serem replicadores. A necessidade de explicar a evolução da cultura conduz a este conceito de meme, como unidade de imitação/memese. Adicionalmente estabelece relações entre ambas as estruturas, afirmando, por exemplo, que o meme e os genes podem muitas vezes *reforçar-se mutuamente, mas em certas ocasiões opõem-se*. Dawkins defende que o meme como estrutura tende a dominar o gene (v.d. Dawkins, 1998, 296-299).

O autor apresenta o meme enquanto uma estrutura viva que replica informação através de um processo de parasitação a uma identidade exterior, considerando-o a unidade mínima de informação que existe no nosso cérebro (vd. Dawkins, 1998). É neste sentido que Susan Blackmore vem acrescentar, quase como um aviso, que o meme deve sempre ser analisado como sendo um conjunto de informação que pode ser replicada

(v.d. Blackmore, 1999). A não compreensão deste contexto pode conduzir-nos a falsas conclusões ou erros de percepção sobre a teoria do meme.

1. A importância do Meme

Enquanto unidade mínima de informação no cérebro, a importância do meme e dos processos que lhe estão associados reside nas transformações que produz enquanto catalisador de mentalidades. Porém a sua importância não se relaciona tanto com a informação que contém como na sua capacidade de disseminação. Esta capacidade é crucial para compreendermos a real importância desta unidade. De facto, a parasitação do meme significa que facilmente a sua informação se torna comum a um conjunto de indivíduos. Ou seja, o meme, ao ser portador de informação que altera e modifica as mentalidades, é um veículo para a compreensão das manifestações do espírito do tempo (v.d. Dennett, 1993). Por conseguinte, podemos considerar o meme como a unidade mínima de qualquer objecto de comunicação e manifestação de um contexto sociocultural.

Além do referido, qualquer novo meme replicado *tenderá a dominar e a iniciar um novo tipo de evolução* (vd. Dawkins, 1998, 302). Atente-se que o autor faz uso deste conceito de evolução como objeto para explicar como o modelo de seleção natural de genes é aplicável aos memes. Nesta confrontação pela sobrevivência, o importante é a longevidade, fecundidade e fidelidade de cópia (vd. Dawkins, 1998: 303). Segundo este princípio, a evolução cultural está sob a influência deste processo de replicação que abre caminhos e possibilidades de expansão cultural. Como tal, compreender os memes é compreender processos de alterações no *zeitgeist*. Os memes sofrem do efeito de continuidade que refere Maurice Halbwachs (vd. Halbwachs, 1990) devido ao processo de replicação. Portanto, quando dois memes – duas unidades de informação – se unificam produzem uma modificação no *zeitgeist*. Até a data não existe forma de eficazmente encontrar o momento inicial da modificação. No entanto, podemos

identificar o momento em que esta unidade de informação se cristaliza num signo ou num meme cultural.

2. *O meme como um sistema aberto*

Apesar de se tratar de uma unidade mínima de informação, compreender a estrutura do meme e iluminar o sistema do meme é uma tarefa complexa. Contudo, com base no trabalho de Edgar Morin sobre a teoria da complexidade e de Richard Dawkins sobre o meme, podemos afirmar que o meme existe num sistema aberto auto-organizativo. Ao desenvolver uma teoria sobre sistemas e estruturas, Morin postula *que o sistema auto-organizativo se destaca do meio e se distingue dele, pela sua autonomia* (v.d. Morin, 1991: 49). O mesmo acontece com o meme, já que o objectivo é sobreviver no tempo, não interessa o veículo, o importante é conseguir replicar-se. O meme distingue-se do seu meio, distinção essa que reside na diferença entre os sistemas. É através destes sistemas de auto-organização que podemos encontrar ligações que nos aproximam de um sistema de replicação de memes.

Edgar Morin propõe uma definição para sistema aberto sustentada na oposição de uma noção de termodinâmica para circunscrever sistemas fechados (v.d. Morin, 1991: 30-36). Importa sublinhar que o autor sustenta que as estruturas do sistema aberto são estáveis, mas os seus constituintes são mutáveis (v.d. Morin, 1991: 31-32). Neste sentido, é possível refletir sobre o meme como um sistema aberto. Esta relação torna-se clara quando Morin enuncia as duas consequências do sistema aberto, mostrando a relação entre os conceitos:

a primeira é que as leis de organização do ser vivo não são de equilíbrio, mas de desequilíbrio, recuperado ou compensado, de dinamismo estabilizado. Vamos, no nosso trabalho, aproveitar essas ideias. A segunda consequência, talvez mais importante, é que a inteligibilidade do sistema deve ser encontrada, não apenas no próprio sistema, mas também na sua relação com o meio, e que esta relação, não é uma simples dependência, é constitutiva do sistema.

(Morin, 1991: 32-33)

O sistema do meme poderia ser descrito da mesma forma, utilizando as mesmas leis de organização e na relação de dependência simples e constitutiva do sistema.

Por oposição ao sistema aberto, o autor afirma que um sistema fechado é pobre em relações ao campo social, pois não dispõe de fonte energética para além do próprio sistema. Isto traduz-se num sistema equilibrado no qual a ocorrência de um desequilíbrio no fluxo energético (nas relações dentro do sistema) levaria ao enfraquecimento do sistema. O autor demonstra-o no seguinte exemplo:

Um sistema fechado, como uma pedra, uma mesa, está em estado de equilíbrio, ou seja, as trocas em matéria/energia com o exterior são nulas. Pelo contrário, a constância da chama de uma vela, a constância do meio interior de uma célula ou de um organismo não estão de modo algum ligadas a um tal equilíbrio;
(vd. Morin, 1991, 31)

Neste contexto, o panorama social é traduzido num elemento co-organizador (v.d. Morin, 1991: 49). Assim, ao articularmos a teoria de Morin com as teorias sobre o meme apresentadas concluímos que o meme pode, efectivamente, ser considerado como um sistema aberto auto-organizativo.

Primeiro, o meme distingue-se do seu meio, não interessando qual o veículo mas apenas o objetivo único da replicação. Segundo, a sua estabilidade reside no processo, e por oposição a sua informação é mutável. Por último, partilha as mesmas leis de organização dos sistemas abertos.

3. *Meme e a memória-hábito*

Dado que o meme contém em si unidades de informação, a sua existência ou não num indivíduo marca profundamente a sua percepção e relação com o real e a sua percepção do campo social. Por esta razão, pode afirmar-se que o meme é produtor de consciências (v.d. Blackmore, 1999) (vd. Dennet, 1993). Se considerarmos o meme como

estrutura base do processo da memória-hábito¹ é importante compreender qual o seu papel, enquanto estrutura auto-organizativa. Importa frisar que este processo, de parasitação e mimese, constitui a base da nossa memória, pois, revela a importância dos memes para a formação do espaço social e compreensão do espírito do tempo. Para melhor compreender o papel do meme é necessário compreender a relação da memória com os signos e a linguagem simbólica.

1.2 O fenómeno da Memória

O fenómeno da memória revela-se através de uma dictomia entre memória coletiva e memória individual. Por isso, importa considerar os elementos que constituem a memória, as relações estabelecidas entre o coletivo e o individual, o seu papel na produção de conhecimento e a relação com o meme.

Henri Bergson apresenta-nos o fenómeno da memória sob a égide de dois conceitos: o da *memória hábito* e o da *memória espontânea ou verdadeira*. Bergson apresenta a memória através de uma relação de dualismo, expressa pela dicotomia espírito e matéria. A sua teorização está baseada no dualismo em que a *memória hábito* está directamente relacionada com a matéria e a *memória espontânea* com o espírito (vd. Bergson, 1999).

Se nos focarmos na *memória hábito*, observamos que esta diz respeito às respostas automáticas dos hábitos sociais, ou seja, a uma repetição mental e corpórea balizada pelo padrão social que conferimos às nossas acções. Tal como Pierre Bourdieu demonstra, é nesta resposta automática que estão presentes, por associação, a linearidade, a separação e a fragmentação do mundo tangível, características que encontram-se intimamente ligadas ao conceito de hábito - "*habitus*" (vd. Bourdieu, 1989: 59-61). Portanto, estas balizas mentais são os principais mecanismos motores para a elaboração de uma acção automática de resposta apropriada às circunstâncias. Estas acções são desenvolvidas pelo esforço da repetição que, dentro de um sistema fechado, sucedem-se na mesma ordem e ocupação temporal - a linearidade de acção (vd. Bergson, 1999: 60-61). Ao enquadrar a *memória hábito* neste carácter sistemático, Henri Bergson afirma que:

"ela já não nos representa o nosso passado, ela o encena; e, se ela merece ainda o nome de memória, lá não é porque conserve imagens antigas, mas porque prolonga seu efeito útil até o momento presente."
(Bergson, 1999:89).

Ao efeito útil, enunciado pelo autor, salientamos o paralelo que é possível fazer com os mitos e os ritos. As transferências simbólicas que estes provocam na memória resultam na propagação de comportamentos sociais e códigos simbólicos. Como tal, os mitos e os ritos contribuem para o processo arbitrário de difusão de um código de entendimento.

Por oposição à *memória hábito*, Bergson apresenta-nos a *memória espontânea* a que atribui a capacidade humana de superar o autómato inconsciente. Ao fazê-lo, Bergson expõe a memória como um objecto de consciência e de liberdade do ser sensível em relação à circunstância, à cultura e ao meio envolvente (vd. Bergson, 1999:89-91). A *memória espontânea*, por não necessitar da exigência temporal sistemática da *memória hábito*, tem uma duração arbitrária que atua segundo uma lógica de continuidade temporal, reproduzindo e conservando os detalhes das lembranças.

No entanto, a *memória hábito* reflete, na sua génese, uma matriz de associação, isto é, a resposta do corpo perante circunstâncias idênticas. Numa relação com o meio envolvente, a memória funciona num processo evocativo por associação. No sentido em que Spinoza sugere que o corpo humano quando afetado por dois ou mais corpos simultaneamente, sofre um “processo de associação”. Ao imaginar um desses corpos, automaticamente o outro também é recordado (vd. Spinoza, citado por Ricoeur, 2004:6).

Importa sublinhar a relação entre *memória hábito* e *pensamento intuitivo*, tal como apresentam Keith Stanovich e Richard West (vd. Stanovich & West, 2000). Ao tornar divisível o pensamento, chegamos a conclusão que existem dois tipos de sistema distintos (vd. Kahneman, 2011). Stanovich, num primeiro momento, traduz este dois pensamentos como processos, só mais tarde os descreve como sistemas. Para facilitar a enunciação das diferenças entre sistemas, vamos adoptar o método de Daniel Kahneman, denominando um como Sistema 1 (o pensamento intuitivo) e o outro como Sistema 2 (o pensamento aritmético). O Sistema 1 consiste em um sistema que opera num núcleo de resposta intuitiva e automático. O Sistema 2 consiste em um sistema que traduz uma

resposta carente de um processo de atenção e controlo. O *Sistema 2* é responsável por todas as atividades que nós consideramos como focos de atenção. A sua responsabilidade por excelência é *vencer os impulsos do Sistema 1*. Por outras palavras, o *Sistema 2* está encarregue do *autocontrolo* (v.d. Kahneman, 2011: 38, vd, Stanovich et. al., 2001). O interesse deste estudo limita-se ao Sistema 1 devido à sua inequívoca relação com a *memória hábito*. A recordação por evocação é uma resposta automática que vive sob a égide do “Sistema 1”. O fenómeno da memória hábito é uma consequência do sistema intuitivo e involuntário, sendo o palco perfeito para o desenvolvimento da parasitação inconsciente na memória.

Porém, Bergson não nos apresenta uma separação clara entre memória individual e coletiva. Isto acontece porque o seu foco é o próprio fenómeno da memória - o ato de lembrar/recordar - como tal, Bergson não aborda a questão do efeito da memória coletiva sobre o real. No entanto, segundo Paul Ricoeur, as memórias individual e coletiva não existem numa dinâmica de rivalidade absoluta. Pelo contrário, existem numa dinâmica de convivência diferencial em virtude dos seus universos discursivos serem distintos, e ainda, numa relação com o espaço social enquanto dois objectos criadores da história do conhecimento (vd. Ricoeur, 2004: 96). Tal como refere o autor:

individual memory and collective memory are placed in a position of rivalry. However they not oppose one another on the same plane, but occupy universes of discourse that have become estranged from each other.
(Ricoeur, 2004: 95)

Paul Ricoeur apresenta-nos diversos autores que teorizaram sobre o fenómeno da memória, nomeadamente, St. Agostinho e John Locke. Segundo Ricoeur, St. Agostinho de Hipona desenvolve três conceitos sobre este fenómeno. Primeiro, começa por desenvolver uma ideia incrementada pelo "senso comum" em que a memória é aparentemente singular e onde as lembranças do "eu" não são transferíveis ou passíveis de apropriação pelas memórias do outro (vd. Ricoeur, 2004: 96). Em segundo, o autor confere à memória a aparente origem da consciência sobre o passado. Agostinho de

Hipona recupera esta ideia de Aristóteles - a memória é do passado (vd. Ricoeur, 2004: 96). Este passado é composto pelas nossas impressões sobre a realidade sensível e neste sentido o "passado é o meu passado" (vd. Ricoeur, 2004: 96). Podemos afirmar que a memória aqui exprime-se como o elemento que assegura a continuidade do indivíduo e da sua identidade, garantindo assim a vitória da projecção da nossa identidade sobre o tempo. Em terceiro lugar, é na memória que ganhamos a consciência e a orientação de que a passagem do tempo está interligada num movimento circular tanto entre o passado e o futuro, como inversamente, cruzando o presente sem nunca o danificar (vd. Ricoeur, 2004: 97). Com estes três elementos, extraímos a natureza ilusória e evocativa da memória, ao identificar a capacidade de evocar o que não é real ao ser sensível - a faculdade de recordar apenas quando necessário. Como defende o autor:

"the memory is, in fact, capable of recalling joy without being joyful, and sadness without being sad".
(Ricoeur, 2004: 99)

Assim, verificamos que existe um conjunto de relações associadas ao fenómeno da memória, sendo pertinente realçar as seguintes: memória-consciência; evocação-associação; memória-circunstância; presente-passado-futuro; memória-identidade-tempo e intuitivo-aritmético.

Ainda seguindo a visão de Paul Ricoeur, realçamos a contribuição de John Locke para o reforço da relação entre a identidade, a consciência e o "eu" que, para o autor, são os elementos delimitadores do Eu (vd. Ricoeur, 2004: 102). Para melhor compreendermos estes conceitos, o autor faz a distinção entre identidade e diversidade/diferença ao afirmar que identidade é o mesmo que "eu" (*sameness with self*) (vd. Ricoeur, 2004: 104). Refere ainda que a identidade pessoal é dependente do tempo e que se encontra numa relação circular com a consciência. (vd. Ricoeur, 2004: 104). Por fim, quanto ao encadeamento de ideias de John Locke, postula-se que a consciência e a memória são o mesmo e, portanto, a identidade pessoal é o mesmo que a memória (vd.

Ricouer, 2004: 104-105). Assim, a memória como elemento nuclear da consciência é reforçada por Locke.

O conhecimento dos estudos apresentados sobre a fenomenologia da memória permite a melhor compreensão do conceito de *memória coletiva*, enunciado por Maurice Halbwachs. No seu livro *Memória Coletiva*, o autor defende que as nossas lembranças permanecem colectivas, mesmo em acontecimentos nos quais só nós estivemos envolvidos e com objetos a que apenas nós tivemos acesso (vd. Halbwachs, 1990: 26). Como seres sensíveis, carregamos a impossibilidade de estarmos sozinhos. Note-se que importa reforçar que esta “impossibilidade de estar sozinho” não é referente a uma solitude corpórea. O indivíduo carrega em si uma quantidade de pessoas "que não se confundem", pois este colectivo de elementos existe em nós num campo transcendental ao da matéria (vd. Halbwachs, 1990: 26-27). De facto, o colectivo permite a extração e criação de um ponto de vista individual. Assim sendo, encontramos em nós as ideias e os modos de pensar que advêm do grupo. Sem ele, aceder a essas mesmas ideias e modos seria uma tarefa difícil de realizar.

Por consequência desta relação entre o “eu” e o grupo, o nosso passado pode confundir-se com o do grupo e é esta a relação que Maurice Halbwachs explora no seu primeiro capítulo "Memória Coletiva e Memória Individual" (vd. Halbwachs, 1990). Deste modo, exploramos a memória como um fenómeno de natureza social, onde o indivíduo, em nenhum instante, deixa de estar alicerçado dentro de uma sociedade, mesmo que corporeamente sozinho no espaço. Nesta perspetiva, deparamo-nos com o efeito de continuidade e de descontinuidade da lembrança através da ligação do indivíduo ao grupo, ou seja, "a duração da memória é então limitada pela duração das coisas, na duração do grupo" (vd. Halbwachs, 1990:51). Se um grupo se extingue no tempo, a lembrança associada ao grupo deixa de ter meios para a sua reconstrução - efeito de

descontinuidade - mas, se pelo contrário o grupo se propaga no tempo, assim também as lembranças se difundem no tempo - efeito de continuidade.

Existe, portanto, um fundamento comum na lembrança para que a sua reconstrução seja possível. De resto, o nosso pensamento e memórias pessoais encontram-se apoiados no meio e nas circunstâncias. O acto de recordar desenvolve-se quando nos colocamos no ponto de vista de um grupo ou de uma corrente de pensamento. "Uma *"corrente de pensamento"* social é tão invisível como a atmosfera que respiramos" (vd. Halbwachs, 1990), por isso carregamos, inconscientemente, em nós a comunidade cuja relações e influências estão estreitamente ligadas ao nosso ser sensível. Conforme Maurice Halbwachs enuncia, a memória reflecte um carácter mais complexo quando nós nos encontramos em simultâneo imersos em duas correntes de pensamento, ou seja, ao pertencer a dois grupos distintos nascem lembranças que são compreendidas dentro das duas correntes de pensamento comuns aos membros de ambos os grupos (vd. Halbwachs, 1990: 34-37: 50-51).

A acção do grupo sobre o indivíduo, e consequentemente sobre o real, pode ser analisada pela perspectiva do *meme*. De facto, apesar do seu foco não ser o da memória, o autor acaba por relacionar a palavra meme com a «memória» e com a palavra francesa *même*" (vd. Dawkins, 1989: 295).

os memes deveriam ser encarados como estruturas vivas, não só metafórica, mas tecnicamente. Quando você planta um meme fértil na minha mente, você literalmente parasita o meu cérebro, tornando-o um veículo de propagação do meme, da mesma forma que um vírus poderia parasitar o mecanismo genético de uma célula hospedeira. E isto não é apenas uma maneira de falar — o meme para, por exemplo, a «crença na vida depois da morte» é de facto realizado fisicamente, milhões de vezes seguidas, como uma estrutura no sistema nervoso de homens individuais espalhados por todo o mundo.
(Nk. Humphrey citado por Dawkins, 1989: 300)

Assim, os memes podem refletir uma ideia análoga ou uma construção alterada do real dentro de um contexto e são sempre transmitidos de forma alterada, isto é, a sua transmissão está sempre à mercê de transformações e de misturas (vd. Dawkins, 1989: 303-304). Os memes são identidades vivas em constante transformação, seja por

agregação ou por fusão. Em paralelo com a *memória hábito* de Henri Bergon, cuja construção está presente na aprendizagem por repetição e nas respostas sociais automatizadas, o meme cultural propaga-se no tempo num sistema semelhante, mas tanto a sua sensibilidade como as suas transformações são fortemente visíveis. Portanto, o meme é mais um elemento que transporta em si fragmentos da memória coletiva e que contribui para a propagação dos nossos códigos sociais, permitindo a comunicação entre indivíduos.

Em suma, a memória individual é um eco da memória colectiva, onde a primeira é um ponto de vista sobre o coletivo. Como tal, podemos afirmar que a memória é construída pela natureza social do homem. Observamos, nesta construção da memória, uma dinâmica entre a unidade e a multiplicidade, onde a memória coletiva é responsável pela partilha de códigos entre o “eu” e o restante campo social, aproximando os processos de semiose e de leitura dos símbolos e narrativas que constituem a base da nossa identidade social.

1.3 Replicação e Semiose — o meme e o processo de significação

O meme e o signo são duas estruturas aparentemente similares, porém distintas entre si, no seu sistema e no seu processo de comunicação. Afastar estes dois conceitos é importante para conseguir construir uma ponte sólida da relação entre ambos. Atualmente não existe um esforço nem de aproximação nem de afastamento. No entanto, para melhor compreensão de ambas estruturas e do papel do meme nos processos culturais, é necessário teorizar sobre esta dinâmica de afastamento e aproximação.

Tal como foi referido anteriormente, o meme é uma estrutura viva sendo uma das unidades mais líquidas que podemos observar na comunicação. Porém, o signo não contém em si mesmo essa característica. Para compreender esta relação vamos focar-nos no esquema de Charles S. Pierce sobre o signo:

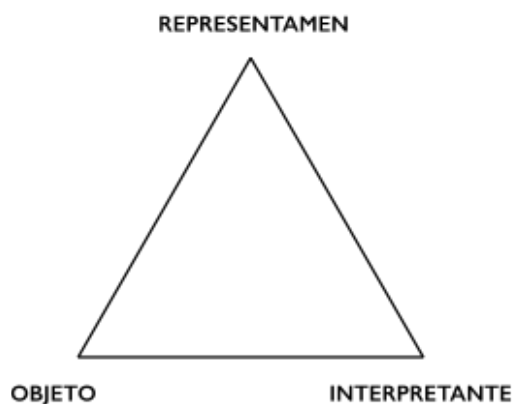


Figura 1 - Esquema representativo do Signo Charles S. Pierce

Em primeiro lugar, vamos optar por dar luz à teoria de signos de Charles S. Pierce que define o signo como a operação entre três elementos: o *representante*, o seu *objeto* e o seu *interpretante*. A palavra *Signo* será usada para denotar um *objecto perceptível*, ou apenas *imaginável*, ou mesmo *inimaginável* (vd. Pierce, 1977: 46). Como podemos

verificar pela esquematização acima representada, o autor faz uma conexão tripla entre o signo, coisa significada e cognição produzida na mente (vd. Pierce, 1977: 11). O signo é a relação desta tríade, e o desmembramento destes elementos permite distanciar o meme do signo. Ao contrário do meme, o signo necessita sempre de um *interpretante* e de um discurso anexo. No entanto, o meme não necessita de tal elemento nem de estar presente num discurso para replicar-se no veículo. Na verdade, o meme só exige a existência de um veículo que possa transportar informação. Note-se ainda que o signo implica um processo de aprendizagem consciente dentro de um contexto, por oposição ao meme que não imprime qualquer tipo de processo de aprendizagem consciente. Os signos são objectos que contêm em si uma mensagem com intuito de serem compreendidos por um interpretante (v.d Posner, 2004: 56). Peirce defende que o *interpretante* é o elemento contextual do signo. Cada processo associado ao signo inclui o signo, o interpretante e uma mensagem que é direccionada pelo signo para o interpretante (v.d. Posner, 2014: 58).

O signo, ao ser a unidade mínima de um código partilhado por um grupo de indivíduos é de esperar que possa ocorrer ruídos na comunicação, divergências no domínio do código que alteram o resultado da comunicação. Mas como refere Roland Posner (v.d. Posner, 2004: 59) todos os intervenientes são utilizadores do signo, ou seja, são elementos activos que usam os signos. No entanto, o meme é que é o elemento activo. O seu veículo é sempre um elemento passivo – o veículo não é considerado para a sobrevivência da unidade de informação. O meme não sofre da acção do ruído nem do canal, nem do código, porque é uma estrutura que não necessita de código, é uma quantidade de informação que apenas parasita o seu hospedeiro. Ele vai directamente da fonte (veículo numero um) para o novo hospedeiro (veículo numero dois). Não existe qualquer necessidade de controlo do processo de comunicação, pois aqui o que ocorre é uma replicação/parasitação de um novo veículo. No entanto, é impossível conceber forma de compaginar ou controlar esta parasitação. Porém, quando o meme se cristaliza num signo pode originar um meme cultural e nesse estado sim é possível utilizar o meme para

processos de comunicação possíveis de quantificar em eficácia.

Ao articular os conceitos, que Edgar Morin desenvolve sobre sistemas fechados e abertos, podemos afirmar que o signo é um sistema mais estável que tende a ser mais fechado, por oposição ao meme, que é um sistema aberto auto-organizativo. Atente-se que ambos são mutáveis. No entanto, o meme após sofrer o processo de mutação volta a tornar-se num novo sistema aberto auto-organizativo. Sendo que o signo apesar da sua arbitrariedade é um elemento de comunicação que possui uma natureza tendencialmente mais estável, mesmo que esta venha a sofrer mutações sob a égide do *Zeitgeist*.

APROXIMAÇÃO E AFASTAMENTO UMA ARTICULAÇÃO ENTRE O MEME E O SIGNO	
MEME	SIGNO
Unidade de informação viva	Suporte dual (Saussure) ou em tríade (Pierce). Utiliza um suporte de significante e representa um objecto.
Mutável, mas auto-organizativo e aberto.	Mutável, mas mais estável e tende a ser fechado.
Amoral.	Pode ter crivo moral.
Não depende de um código.	Depende de um código (uma linguagem simbólica)
Dá origem ao processo de replicação. O acto de replicar é a sua única função.	Mantém o processo de replicação.
Apenas informação. Sem relação a linguagem simbólica.	Cristalização de informação numa codificação simbólica.
Objectivo: fazer sobreviver no tempo e no espaço informação.	Objectivo: permitir um código de entendimento e uma economia da linguagem simbólica
Não necessita de qualquer processo de aprendizagem por parte do veículo.	Tem de ser apreendido e por vez é complexo como é o caso de uma linguagem.

Figura 2 – Quadro de articulação entre o meme e o signo.

Definimos que o meme se torna visível cristalizado num signo. Esta cristalização é resultado de uma validação simbólica baseada na eficácia de replicação que, como refere Richard Dawkins (vd. Dawkins, 1989), é resultado de um processo de evolução e seleção natural das ideias com objetivo final de fazê-las sobreviver no tempo. O processo de seleção natural, tal como refere Daniel Dennett, segue o seguinte movimento: se a *Ideia*

X é considerada mais verdadeira e bela, consequentemente é aprovada pelas pessoas. (vd. Dennett, 1990: 130). Apesar de rapidamente podermos aplicar este mesmo processo aos signos, estes são uma consequência da parasitação. Atente-se que o meme, como defende Susan Blackmore (vd. Blackmore, 1999), deve ser entendido como uma unidade de informação. O signo, por sua vez, existe em diversas tipologias como define Charles S. Pierce ao definir as tricotomias de signos e as classes (vd. Peirce, 1997).

O meme como é auto-organizativo e aberto, agrega e provoca mutações nas representações dos signos. O signo é objecto do meme e a sua escala é diferente. Enquanto o meme é uma unidade, o signo é um conjunto de unidades de informação que *representa algo para alguém* (vd. Pierce, 1977: 45-46). O signo Gato não é apenas um gato, mas um conjunto de unidades de informação, como por exemplo, tem quatro patas, tem uma cor, tem olhos e bigodes todas estas variáveis físicas que definem o signo são unidades nucleares de outras ideias que compõem o signo Gato².

O meme é amoral e estético. O signo está dependente da convenção social. Para ele, o contexto é importante enquanto que para o meme a importância recai na fidelidade da cópia e no veículo. A convenção social e o contexto em que o signo é inserido vai alterar a forma como o indivíduo vai perceber o signo. O mesmo signo inserido em convenções sociais diferentes vai produzir processos de entendimento distintos entre si. Esta diferença de convenções é manifesta apenas nos signos, em que os códigos que os estão a ler, o conjunto de ideias, transformam o significado que atribuímos a cada um. Note-se que o meme está alienado destas convenções sociais, pois o objetivo é apenas fazer a informação sobreviver e replicar-se. Uma eficácia na parasitação viral é proporcional a uma eficácia de sobrevivência. O signo porém tem de estar em concordância com as convenções sociais para que possa servir de objecto de comunicação.

Charles S. Peirce afirma que *um signo, ou representâmen, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. [...] O signo representa alguma coisa,*

² Sendo que o por exemplo ter quatro patas é também um conjunto de unidades exemplo o conceito de “pata”, “perna”

seu objecto. (vd. Peirce, 1977: 46). O autor atribui importância a relação entre o signo e o objecto. No entanto no meme não encontramos relação entre o meme e o objecto, mas uma articulação com o propósito final de parasitação. O meme como unidade de informação opera no palco das ideias e das representações na mente humana. Por isso, como consequência do processo de parasitação o signo sofre mutações impressas pelo o meme.

A informação contida nos memes é mutável. Mas é mais fácil verificá-lo nas relações que se estabelecem entre eles. Ao analisar a relação entre dois memes, Daniel Dennett sustenta que:

two memes that happen to be physically tied together so that they tend always to replicate together, a fact that affects their chances
(Dennett, 1993: 207)

Esta unidade mínima propaga-se através de um processo de replicação com vista à sobrevivência e propagação da informação, transferindo-se de indivíduo para indivíduo. A própria linguagem, tal como qualquer outro código comunicativo partilhado por um conjunto de indivíduos, pode ser considerada um meme, na medida em que se replica e se transforma. Como Daniel Dennet sustenta:

Once our brains built the entrance and exit pathways for the vehicles of language, they swiftly become parasitized (and I mean that literally, as we shall see) by entities that have evolved to thrive in just such a niche: memes.
(Dennet, 1993, 200)

Cada meme, sendo como uma estrutura viva, pode criar uma relação de simbiose para se propagar no tempo (vd. Dennett, 1993: 206-208). Nesta relação surge uma nova força conjunta que permite à informação acompanhar de forma mais eficaz o tempo e o espaço, perdurando mais tempo no espírito do tempo. Podemos identificar dois tipos de associação entre memes: a já referida simbiose e a grupal. Ambas servem o mesmo propósito a necessidade de uma melhor replicação.

Um conjunto de memes é denominado de *memeplex* por Richard Dawkins (vd. Dawkins, 1989). Susan Blackmore apresenta um exemplo relacional das idiossincrasias

das relações entre memes, simples de compreender:

Imagine two memes, one ‘send a scratchcard to x’ and another ‘win lots of money’. The former instruction is unlikely to be obeyed just on its own. The latter is tempting but includes no instruction on how to. Together, has with some other suitable co-memes, the two can apparently get people to obey — and copy the whole package on again. The essence of any memplex is that the memes inside it can replicate better as part of the group than they can on their own.

(Blackmore, 1993: 20)

Neste exemplo, a relação auto-organizativa permite aumentar a capacidade de replicar por parte dos memes incluídos nesta relação, através do que Susan Blackmore denomina de memplex (Blackmore, 1993: 20-21). Esta transformação permite uma maior eficácia na reprodução da informação. Importa sublinhar que o meme não se transforma num meta-discurso nem numa meta-linguagem, por oposição ao signo, o qual, como Roland Barthes sustenta, pode transformar-se num meta-discurso ou numa meta-linguagem (v.d. Barthes, 1978). Todos os signos são cristalizações de memes, porém nem todos os signos são memes culturais. O que aponta o meme como a unidade de expressão mais pequena de manifestação das mentalidades do espírito do tempo.

1.4 A validação da informação no espaço social pelo capital simbólico

Pierre Bourdieu reflecte sobre os sistemas simbólicos com foco nas relações de poder e de domínio entre classes³. O autor aponta que o poder simbólico é uma força na construção da realidade e tende a estabelecer uma ordem gnoseológica (vd. Bourdieu, 1989: 9). O poder simbólico fornece, assim, o sentido presente no mundo. Por outro lado, para Pierre Bourdieu, o símbolo é um instrumento de integração social que permite a harmonia do sentido nas relações do mundo social (vd. Bourdieu., 1989: 9-10). Conforme acrescenta:

"A cultura dominante contribui para a integração social da classe dominante", assim como para a "legitimação da ordem estabelecida por meio do estabelecimento das distinções (hierarquias) e para a legitimação dessas distinções" (Bourdieu, 1989: 10).

O autor apresenta-nos a ideia da cultura dominante como a cultura que unifica, mas também que separa e legitima as distinções entre classes – dominantes e dominadas. As classes dominadas definem-se numa relação diferencial por afastamento da cultura dominante.

Os sistemas simbólicos também assumem uma função política como instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação entre classes. Estas relações de poder, como Pierre Bourdieu prossegue, dependem do capital material ou simbólico acumulado, ou passível de ser acumulado, pelos agentes como parte ativa nestas relações (vd. Bourdieu, 1989: 134-135). O autor refere esta questão como uma luta simbólica entre classes:

As diferentes classes e fracções de classes estão envolvidas numa luta propriamente simbólica para imporem a definição do mundo social mais conforme os seus interesses, e

³ Propõe-se a compreensão de classe como categorias de pessoas que se distinguem, entre si, pela diferença de condição de valor, seja este valor económico, político, simbólico, etc. A classe permite compreender os elementos identitários basilares que são comuns a todos os indivíduos que fazem parte desse grupo.

imponham o campo das tomadas de posições ideológicas reproduzindo em forma transfigurada o campo das posições sociais.
(Bourdieu, 1989: 11)

Estas tomadas de posição ideológicas cumprem uma função de reforço da dominação da classe no espaço social e, citando a expressão que o autor recupera de Max Weber, aqui é o reforço do "monopólio da violência simbólica legítima" da classe dominante, de modo a não oscilar o seu lugar de prescrição de "conhecimento e de taxinomia arbitrária sobre a realidade social" (vd. Bourdieu, 1989: 12). Pierre Bourdieu continua, afirmando:

Os «sistemas simbólicos» distinguem-se fundamentalmente conforme sejam produzidos e, ao mesmo tempo, apropriados pelo conjunto do grupo ou, pelo contrário, produzidos por um corpo de especialistas e, mais precisamente, por um campo de produção e circulação relativamente autónomo
(Bourdieu, 1989: 13)

Podemos verificar a influência do grupo ou do coletivo na produção simbólica e a sua importância na consciência e na memória individual (vd. Halbwachs, 1989: 12-13). O discurso dominante estabelece-se como natural num movimento impositivo de "sistemas de classificação e de estruturas mentais objectivamente ajustadas às estruturas sociais" (vd. Bourdieu, 1989: 14).

O capital (poder) simbólico da classe dominante confere a liberdade de validar ou de transformar a visão do mundo, segundo interesses internos dos grupos. Tal como refere o autor, com uma analogia com a palavra:

O que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de a subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia, crença cuja produção não é da competência das palavras.
(Bourdieu, 1989: 14).

O poder não está nas palavras, mas na legitimação/validação que o espaço social atribui à palavra. A palavra é apenas um acto comunicativo - um discurso - que alcança substância através do poder simbólico do orador. Portanto, o capital simbólico define a legitimidade da força impositiva que a classe dominante exerce sobre o mundo social. O

autor demonstra que o mundo social encontra-se estruturado numa dualidade – objectivo-subjectivo. Conforme enuncia:

A percepção do mundo social é produto de uma dupla estruturação social: do lado «objectivo», ela está socialmente estruturada porque as autoridades ligadas aos agentes ou às instituições não se oferecem à percepção de maneira independente, mas em combinações de probabilidades muito desigual; do lado «subjectivo», ela está estruturada porque os esquemas de percepção e de apreciação susceptíveis de serem utilizado no momento considerado, e sobretudo os que estão sedimentados na linguagem, são produto das lutas simbólicas anteriores e exprimem, de forma mais ou menos transformada, o estado das relações de força simbólicas.
(Bourdieu, 1989: 139–140).

Nas probabilidades desiguais da dupla estruturação social encontramos o momento que torna claro o poder simbólico dominante. Ainda sobre a linguagem simbólica e as relações de força simbólica, realçamos o facto de que atualmente existe uma nova figura que é apresentada por Gilles Lipovetsky, a do hiperconsumidor (vd. Lipovetsky, 2010a) o qual consome não só produtos, mas igualmente o que ainda não existe no plano da matéria (vd. Lipovetsky, 2010a: 78). Gilles Lipovetsky sugere sobre este novo estado no espaço social que:

não tem a ver com desrealização - desensualização do mundo, mas com cosmetização generalizada dos símbolos, dos objectos e dos corpos
(Lipovetsky, 2010a: 244)

Este facto é visível no espaço social, pois as classes eram limitadas por características económicas que ditavam um estilo de vida homogéneo e demarcavam ferozmente as limitações e hábitos (vd. Lipovetsky, 2010a: 97). Atualmente, é mais apropriado abordar estas classes através do capital simbólico, pois este hiperconsumidor emancipou-se da rígida classe economicamente delimitada para entrar num campo de luta por significância simbólica. Para compreender a luta pelo capital simbólico é necessário equacionar o agente. Atente-se na descrição de Bourdieu sobre o campo social:

um espaço multidimensional de posições tal que qualquer posição actual pode ser definida em função de um sistema multidimensional de coordenadas cujos valores correspondem aos valores das diferentes variáveis pertinentes: os agentes distribuem-se assim nele, na

primeira dimensão, segundo o volume global do capital que possuem e, na segunda dimensão, segundo a composição do seu capital — quer dizer, segundo o peso relativo das diferentes espécies no conjunto das suas posses (Bourdieu, 1989: 135).

Pierre Bourdieu apresenta-nos dois conceitos: os agentes e o supracitado capital. O campo social é introduzido como este espaço multidimensional de posições preenchido por estes agentes que encontramos localizados, como refere o autor, “segundo a composição do seu capital” (vd. Bourdieu, 1989:135). Este capital, como definimos anteriormente, pode ser: económico, cultural, social e simbólico (vd. Bourdieu, 1989: 134). O espaço de relações entre o capital simbólico, a fama e o prestígio é descrito da seguinte forma:

O que existe, é um espaço de relações o qual é tão real como um espaço geográfico, no qual as mudanças de lugar se pagam em trabalho, em esforços e sobretudo em tempo (ir de baixo para cima é guindar-se, trepar e trazer as marcas ou os estigmas desse esforço). Também as distâncias se medem nele em tempo (de ascensão ou de reconversão, por exemplo) (Bourdieu, 1989: 37).

Gilles Lipovetsky apresenta a ‘nova figura moderna’ produzida pelas indústrias culturais - a estrela. Actualmente, estas estrelas são figuras planetárias e provêm de vários sectores; são alvo de admiração por parte das massas e encontram-se no topo da escada social (2010:100). A cultura da celebridade está instalada, pois "todo o domínio da cultura transformou-se numa economia de vedetariado" (vd. Lipovetsky, 2010:101); é um reconhecimento no vazio de acção, onde o importante é ser conhecido. Estas figuras provocam, no espaço social, o que Pierre Bordieu refere como as probabilidades desiguais.

As massas almejam ser como as celebridades. O desejo de ascender socialmente faz com que cresça a admiração por estas figuras; o que elas fazem, dizem, ou vestem é um exemplo para o resto dos indivíduos que se encontram nos degraus inferiores da escada social (vd. Vejlgard, 2008: 48-49). Estes são os *Beautiful People*⁴ que têm um

⁴ Conceito desenvolvido por TrendsObserver, FTR (2014)

poder de prescrição que não se limita apenas a uma área do social, pois tudo o que estas figuras realizam é, emitido última instância, uma inspiração e influenciam a forma como as massas interagem com o real. Os *Beautiful People* são os prescritores por excelência, cristalizando um dos extremos deste espaço relacional simbólico.

A procura de sentido e a atribuição de valor a estas figuras é manifesto pelo projecto *Google Zeitgeist 2012*, no qual a Google, baseada nas pesquisas realizadas no seu motor de busca em todo o mundo no ano de 2012, expõe uma lista das figuras mais procuradas do ano.

A indústria da moda é uma expressão inquestionável destas relações simbólicas, onde no *mainstream* aspira a ser prescritor. Atentamos para o exemplo do videoclip de *SomethingALaMode* (RondoParisiano) onde Karl Lagerfeld - um dos nomes enigmáticos na área da moda - se associa ao grupo musical, acrescentando valor ao grupo. O que verificamos é que os SLAM (SomethingALaMode), até então desconhecidos do público geral, ganham um número considerável de seguidores instantaneamente. Em suma, a figura Karl Lagerfeld provoca um desequilíbrio na probabilidade de validação simbólica, ou seja, por um lado SLAM um exemplo de desejo de ascensão na escada social e por outro, Karl Lagerfeld como exemplo de como o seu gosto e comportamento define e configura o *mainstream* com o seu capital simbólico. Os prescritores são em potência um factor de “*probabilidade desigual*”. Este exemplo demonstra que tudo o que estes indivíduos são produz impacto no espaço social, pois não só a sua identidade mas o que dizem e produzem pode ser motivo de admiração por parte do público. Neste caso, a apropriação da imagem de Lagerfeld desempenhada uma forma de conferir uma nova dimensão significativa ao objecto, e ganha um carácter de culto – estes agentes legitimam qualquer discurso.

As autoridades de prescrição assumem a forma de empresas, de marcas, de entidades ou de indivíduos. O poder simbólico destes prescritores define o nosso pensamento, o nosso estilo e o gosto. Estas autoridades validam o que é aceite. A sua influência é proporcional ao seu prestígio. Esta validação posiciona os prescritores no

topo da escada social, deste modo inspirando e influenciando todos os degraus inferiores.

O indivíduo aspira pertencer ao mesmo grupo que estas autoridades; ter o que elas têm; viver e ser como elas; ambiciona ser uma autoridade no seu círculo. O desejo de pertença e o querer um estatuto mais alto tornam-se factores importantes para compreender a forma como consumimos e como percebemos os produtos/serviços, sejam produtos culturais ou de qualquer outro sector de produção. Os prescritores ditam como se deve ser, agir e pensar. Mesmo que inconscientemente, todos somos afetados pelos prescritores. Em suma, as autoridades dominam as correntes de pensamento, de comportamento e de ação do *mainstream*. Os indivíduos procuram projetar perante o grupo social uma nova identidade, alicerçada nestas figuras simbólicas que validam a sua imagem.

1.5 A cultura memética e os padrões socioculturais

Raymond Williams define a cultura através de três categorias gerais. A primeira é a ideal, a cultura como um processo de aperfeiçoamento universal do homem. A segunda é a documental, onde está o registo do corpo das obras intelectuais e criativas e nas quais se encontra gravado o pensamento humano e as suas experiências. A terceira é a social, uma descrição de um estilo de vida que revela significados e valores, que por sua vez estão presentes na arte, nos modos de aprendizagem e nos comportamentos do quotidiano (v.d. Williams, 1998: 48). Estas categorias são apresentadas enquanto visão de um crítico e analista cultural, pelo que difere de outros autores. Por exemplo, T.S. Eliot, no seu ensaio *Notas para uma Definição de Cultura* (vd. Eliot, 1996), apresenta um contributo distinto para a definição da palavra cultura.

Conforme T.S. Eliot refere, a palavra cultura “implica associações diferentes segundo o desenvolvimento de um indivíduo, de um grupo ou classe, ou de toda uma sociedade” numa relação de dependência hierárquica (vd. Eliot, 1996: 22). Isto é, o indivíduo mantém elementos culturais da sua classe, e a respetiva classe possui, por sua vez, elementos culturais da sociedade a que pertence. Este entendimento sobre o campo social é semelhante ao que Pierre Bourdieu apresenta no que diz respeito às relações dentro do espaço social (vd. Bourdieu, 2010: 367-384). No entanto, difere de outros autores como George Steiner que aproxima cultura e política. T.S. Eliot afasta estes dois conceitos. A cultura para T.S. Eliot não deve ser usada como instrumento político, pois não é essa a sua natureza. Importa considerar, para esta pesquisa, a posição de Eliot perante a cultura como padrão da sociedade (v.d. Eliot, 1996: 25), sendo estes padrões de comportamento, que permitem compreender alterações no espírito do tempo.

Cognição e cultura

Merlin Donald sublinha que a cultura é frequentemente um elemento que fica fora da modelização cognitiva (vd. Donald, 1999: 20). O autor destaca o papel da cultura para a evolução da cognição (vd. Donald, 1999: 22-24), sublinhando o que denomina de modo pré-simbólico ou não simbólico. Um dos estados pelo qual os símbolos da linguagem passam, *em que as regras não têm sentido e a verdade não tem forma de ser verificada e as regras tornam-se infinitamente complicadas* (vd. Donald, 1999: 37). O meme posiciona-se como unidade cultural neste espaço de pré-simbólico.

O autor defende que certas alterações no cérebro são precondições para acontecerem modificações na cultura que evolui numa relação de influência entre o desenvolvimento cognitivo e cultural. (v.d. Donald, 1999: 20). Importa sublinhar que as abordagens destes autores — T.S. Eliot, Pierre Bourdieu e Merlin Donald — são distintas, mas em conjunto ajudam a definir a cultura memética. A grande diferença está na posição socio-biológica evolutiva de Merlin Donald que não está presente nos outros autores.

T.S. Eliot apresenta a ideia de cultura especializada, uma cultura associada a um grupo ou uma classe distinta (vd. Eliot, 1996: 30). Esta ideia tem implicações para as teorias evolutivas da cultura genética. Neste caso, a classe seria um conjunto de indivíduos cujos cérebros estão tendencialmente a evidenciar a mesma curva de evolução no modo pré-simbólico. A questão que importa realçar é como a curva de evolução transforma-se e qual o papel do meme neste processo. Merlin Donald assertivamente afasta-se do meme, afirmando:

memes do not define the component structure of the mind. On the contrary, they are the natural products of conventional mental structure.
(vd. Donald, 1999: 23)

Merlin Donald defende que os memes são *memory records* de ideias e imagens, tais como, a democracia, nacionalismo, honra, heroísmo, o tipo de corpo ideal. Apesar de o autor sublinhar que os memes influenciam a forma como pensamos, existe possivelmente uma confusão teórica. Alguns destes elementos são estereótipos e não unidades de

informação como defende Richard Dawkins, Susan Blackmore ou Daniel Dennet (vd. Dawkins, 1998) (vd. Blackmore, 1999) (vd. Dennet, 1993). Portanto, Merlin Donald já está no campo da linguagem simbólica ao qual o meme não pertence enquanto unidade de informação. Porém, o autor afirma que a cultura é um replicador não só de memes, mas de elementos-chave que permitem criar o sistema operacional que gera memes. Efectivamente, tendo como matéria de estudo a linguagem simbólica, o autor precisa de promover este afastamento. Não obstante, Merlin Donald refere:

Uma vez que as mudanças culturais rápidas estão fortemente ligadas à linguagem simbólica, parece improvável que *erectus*, essencialmente estável ao longo de um milhão de anos, e de mudanças lentas, tenha possuído qualquer forma de linguagem simbólica.
(vd. Donald, 1999: 203)

O meme, por não ter uma linguagem simbólica enquanto unidade do espírito do tempo, produz mudanças culturais lentas. Por sua vez a linguagem simbólica trabalha no campo das mudanças culturais rápidas, como tal, faz sentido a cisão com o meme. Efectivamente, o meme produz mudanças culturais lentas e a linguagem simbólica mudanças culturais rápidas.

1.5.1 Cultura memética e os Estudos de Tendências

Com o intuito de esclarecer alguns conceitos e de desenvolver uma abordagem aplicada, torna-se possível criar um paralelismo com o estudo de tendências socioculturais. Primeiro, ao falar de padrões no comportamento humano, é necessário fazer a distinção entre tendência, moda e onda (*fad*). A palavra tendência assume diversos significados, dependendo do contexto onde está a ser aplicada. Porém, nos Estudos de Tendências este conceito deve ser compaginado e compreendido pela perspectiva de Henrik Vejlgaard, o qual refere que uma tendência:

refers to a process of change that begins with trendsetters and moves into the mainstream; eventually this change may even fall out of favor. With this usage, if something is a trend, we are very early in this process—we are focusing on the very first sign (or signs) of change.

(Vejlgaard, 2008: 9)

As tendências são reflexos das mentalidades, isto é, são derivações e manifestações do *zeitgeist* (o espírito do tempo), e como o autor enuncia, uma tendência é um processo de mudança que tem o seu momento principal de disseminação com os *trendsetters* e que se desenvolve até ao *mainstream*, diferenciando-se do conceito de moda e de onda.

A moda tem uma duração mais curta do que a tendência, pois aqui verificamos um sistema cíclico, enquanto na tendência ou existe uma renovação ou uma extinção do comportamento envolvido (vd. Gomes e Francisco, 2013). Podemos associar a tendência à natureza do nosso quotidiano, pois ela surge da agregação de um conjunto de tópicos que dão origem a padrões que são traduzidos em comportamentos - ela é um processo de mudança a médio e longo prazo. A onda, ou *fad*, tem uma duração curta e fugaz, pois é difícil identificar a sua origem (vd. Gomes e Francisco, 2013). A onda pode surgir associada a um novo produto ou a uma área específica, mas é sempre esquecida ou substituída rapidamente por outra onda distinta. Tal como refere Henrik Vejlgaard:

Ultimately, all fads have the same characteristics: they are very short stories that revolve around some new, innovative products (...) They are sometimes heavily marketed by the industry or, in the case of fashion, by the fashion magazines. This is all very predictable, and each fad is quickly forgotten because something new comes along all the time.
(Vejlgaard, 2008:12)

As tendências, por oposição à moda e à onda, podem ser identificadas e aplicadas, de modo a acrescentar valor, por exemplo, ao nível estratégico numa empresa, pois revelam comportamentos que afectam um largo número de indivíduos e de áreas, ao contrário da moda e da onda onde as suas acções são limitadas a determinados grupos. Verificamos assim que as tendências afectam de forma generalizada o espaço social. Conforme Herik Vejlgaard refere, a identificação de uma tendência é um processo de reconhecimento de padrões de comportamento dos indivíduos enquanto massa social, através da observação e leitura dos mesmos (vd. Vejlgaard, 2008: 12).

Através da observação dos indivíduos encontramos as pistas iniciais para delinear a tendência, pois esta é sempre transversal a diversas áreas. Não obstante, é necessário

sublinhar a observação dos *trendsetters* como elementos de convergência dos primeiros sinais das tendências (vd. Vejlggaard, 2008: 30-33). Os *trendsetters*, ou prescritores, são os primeiros indivíduos a aceitar os objetos inovadores das tendências. Ao estudarmos este grupo, percebemos que eles representam o momento inicial do processo de declinação e transposição para o *mainstream* (vd. Vejlggaard, 2008: 56-57). Henrik Vejlggaard apresenta como grandes grupos de prescrição os jovens, os designers, os artistas, os ricos, as celebridades, os homossexuais e as várias sub-culturas. Portanto, através da observação dos *trendsetters* retiramos pistas sobre as tendências emergentes (vd. Vejlggaard, 2008: 57).

Tal como Nelson Pinheiro Gomes refere, de uma forma geral podemos classificar as tendências em três grandes grupos: paradigmas, macro e micro tendências. No entanto, as que nos interessam explorar são as macro e as micro. As primeiras diferenciam-se das micro pelo seu impacto transversal, ao contrário das micro que são mais limitadas e com um campo de acção menor. Podemos afirmar que as micro são, em certa medida, uma subdivisão das macro e, como tal, com um campo de acção menor (vd. Gomes e Francisco, 2013: 17-18).

O meme, ao ser a unidade de informação do espírito do tempo, atua como manifestação do mesmo. Portanto, a alteração de um meme ou o surgir de um memeplex conduz a uma alteração do espírito do tempo. Consequentemente, isso vai provocar uma mudança lenta numa ou várias tendências socioculturais — tendo em consideração que estas tendências representam padrões de comportamento. Estes padrões são na verdade padrões sociais, os mesmos padrões que T.S. Eliot refere quando apresenta a cultura como um conjunto de padrões de sociedade.

Sublinha-se que o signo não pode ser a unidade mínima de uma tendência, pois por ser uma linguagem simbólica, a sua alteração implicaria uma mudança rápida nas tendências de mentalidade ou padrões de comportamento sociais. No entanto, o meme, por não ser uma linguagem simbólica, mas sim um conjunto de informação, produz uma mudança tendencialmente mais lenta do que qualquer linguagem simbólica. Assim,

justifica-se a afirmação de Daniel Dennett sobre a cultura ser um repositório, um transmissor de inovação e de evolução (vd. Dennett, 1993: 199-200). Isto permite compreender a importância do ensaio de Raymond Williams ao categorizar a cultura não só como registo documental, mas como descrição de um estilo de vida (v.d. William, 1998: 49).

O afastar da linguagem simbólica permite compreender o papel da cultura memética em recurso a processos de mimese. Em primeiro lugar, importa realçar que a mimese “engloba normalmente a mímica e a imitação para um finalidade superior, a de actuar e representar de novo um acontecimento ou relação” (vd. Donald, 1999: 209). Em segundo lugar, a mimese pode ser “claramente dissociada dos mecanimos simbólicos e semióticos dos quais depende a cultura moderna. Desempenha funções diferentes e é ainda mais eficiente que a linguagem na difusão de certos tipos de conhecimento” (vd. Donald, 1999: 243). Isto é, a capacidade memética de sobreviver normalmente a uma ruptura com a linguagem simbólica (vd. Donald, 1999: 246).

Uma das questões pertinentes é como esta cultura pode alterar padrões de sociedade e provocar inovação. Sobre esta relação entre inovação, evolução e a mimese, Merlin Donald sugere que:

Uma cultura puramente mimética pode evoluir; o modelo implícito do mundo social, projectado pelos costumes e rituais de uma sociedade, pode mudar. Mas tenderá a mudar devagar, precisamente porque o comportamento mimético do grupo, mesmo entre os humanos modernos, tende para a conformidade rígida e para o conservadorismo.
(Donald, 1999: 218)

Sem dúvida, é uma curva lenta de evolução e de adopção por parte da massa social. O que permite compreender os princípios que suportam o conceito de tendência de mentalidade e de comportamento supracitados de Herik Vejlgaard e de Nelson Gomes (vd. Vejlgaard, 2008; Gomes, 2013). No entanto, esta curva de evolução tende não para a conformidade, mas para uma estabilidade que pode sofrer alterações da linguagem simbólica, transformando assim a natureza do que está a ser replicado. Compreender esta cultura memética permite retirar ou realçar desta curva de evolução o necessário para

introduzir inovação cultural e para consolidar as análises resultantes dos estudos de tendências.

A aplicação metodológica desta perspectiva ainda encontra-se numa fase embrionária de investigação e de desenvolvimento, conforme se pode verificar nos trabalhos de Tim Stock, Kjaer Global e Trends Observer. O modelo Zeitgeist Segmentation Model (ZSM)⁵, é um dos resultados da aplicação concetual desta perspectiva.

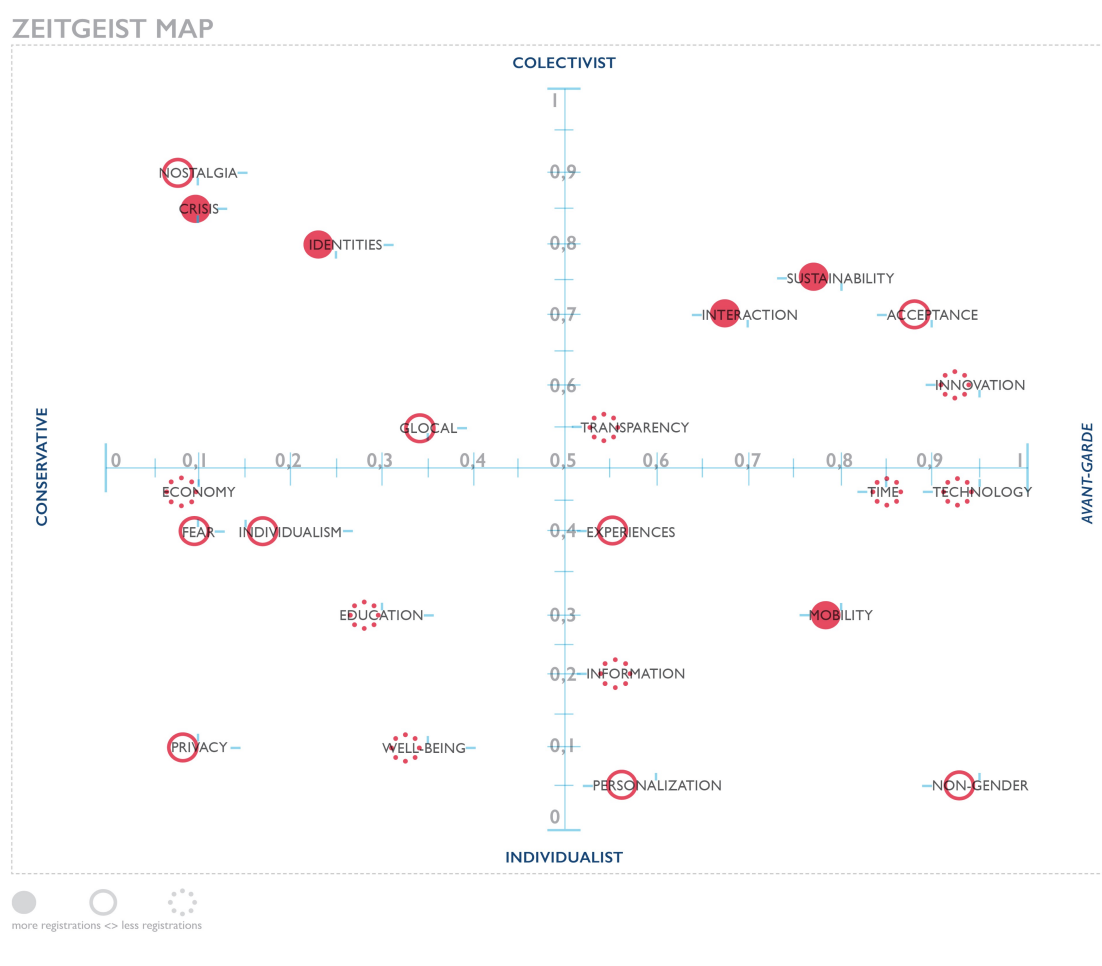


Figura 3 - Zeitgeist Segmentation Model (primeiro esquema). — Imagem de: Nelson Pinheiro, Sandra Rech, Paulo Alves. Fonte: <http://trendsobserver.com/zeitgeist-innovation/zeitgeist-topics/>.

⁵ O desenvolvimento deste modelo começou em 2012 e continua até ao presente, tendo sido atualizado em julho de 2016 (<http://trendsobserver.com/zeitgeist-innovation/zeitgeist-topics/>)

Importa sublinhar que esta análise do espírito do tempo só é possível devido à cultura memética. Tal com afirma Merlin Donald, a cultura memética representa “um novo nível de desenvolvimento cultural”, assim como as bases “cognitivas da capacidade pedagógica e da inovação cultural” (vd. Donald, 1999: 244-245). O Zeitgeist Segmentation Model (ZSM) sublinha a transformação de informação recolhida — informação essa que surge através de um processo de mimese — para um campo de linguagem simbólica que permite posicionar no espírito de tempo conceitos que depois de devidamente trabalhados permitem introduzir inovação na cultura. Tal como os autores do modelo (ZSM) referem é um trabalho complexo que determina a posição os temas ou tópicos presentes no *Zeitgeist* num eixo variável entre conservador e vanguardista. Para tal foi realizado o exercício em diversas turmas de alunos de ensino pós-graduado em Portugal, Espanha, Holanda e Brasil de modo a definir os maiores tópicos do espírito do tempo. O exercício contou com a participação de mais de 350 alunos durante dois/três anos.

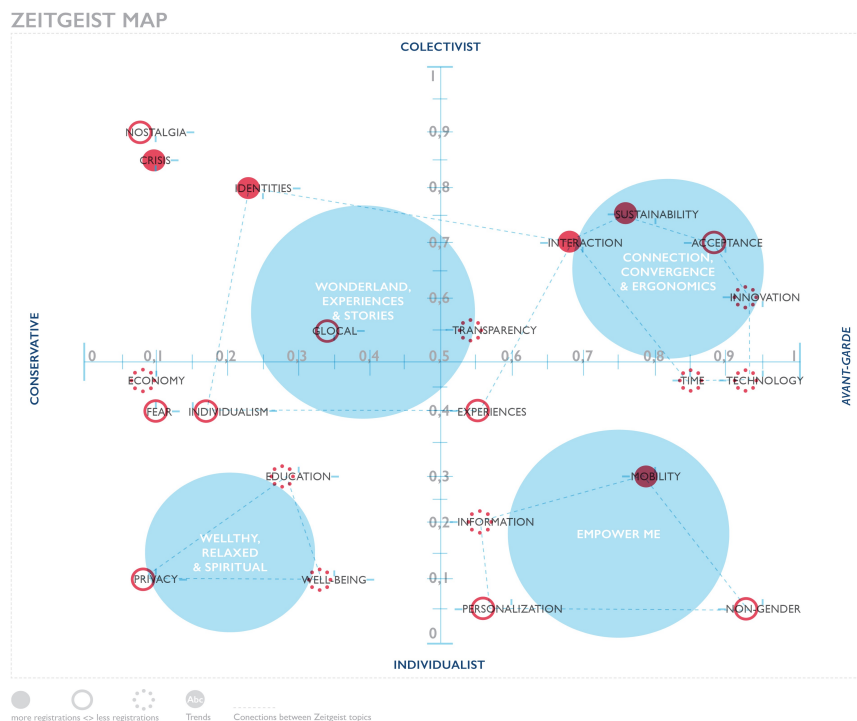


Figura 4 - Zeitgeist Segmentation Model em articulação com macro tendências (segundo esquema) — Imagem de: Nelson Pinheiro, Sandra Rech, Paulo Alves. Fonte: <http://trendsobserver.com/zeitgeist-innovation/zeitgeist-topics/>.

Com recurso a mapas semióticos e conceituais foi possível definir os tópicos que melhor definem o nosso tempo. (vd. Gomes, Rech e Alves, 2016). Na cultura memética encontramos o material necessário para construir estes mapas semióticos e conceituais, que permitem posicionar e relacionar padrões socioculturais, que podem estar numa das três categorias definidas por Raymond Williams — a ideal, a documental e a social. O meme é o elemento unitário de expressão da cultura memética. O recurso a este elemento permite não só identificar transformações sociais lentas, mas também defini-las tangivelmente em tendências de mentalidade para que possam ser aplicadas, em relação de concordância, com o seu posicionamento no *mindset* atual.

Imagem, Texto e a Literacia Cultural

2.1 A literacia cultural e a imitação

A comunicação e a cultura não são duas identidades distintas apesar do modelo geral defendido pela teoria da comunicação — Emissor–Mensagem–Recetor — poder dar essa ideia. A produção de atos de comunicação e atos culturais existe num espaço relacional de uma dinâmica entre comunicação, cultura e literacia cultural (v.d. Schirato e Yell, 2000:10-51). Tony Schirato e Susan Yell sustentam que é essencial para a compressão da análise dos processos e práticas de comunicação os seguintes elementos: a relação entre comunicação e cultura, a consciência de que o significado e as suas práticas são referentes a um contexto específico e, por último a literacia cultural (vd. Schirato e Yell, 2000:5).

Realçamos o papel da literacia cultural, para a qual existem três fatores que os autores defendem como essenciais para a sua compreensão. Primeiro, as regras culturais, convenções e estruturas segundo quais os vários campos da cultura operam. Segundo, os discursos que caracterizam os campos culturais e, por último, a relação na cultura entre capital económico e capital cultural (vd. Schirato e Yell, 2000:36-37). Tony Schirato e Susan Yell recuperam o conceito desenvolvido por Pierre Bourdieu nas suas obras *A Distinção - Uma crítica social da Faculdade do Juízo* (2010) e *O Poder simbólico* (1989), onde Bourdieu apresenta vários tipos de capitais, sendo mais correto afirmar, que apresenta a relação na cultura dos diversos capitais, seja simbólico, económico, cultural, entre outros. O capital surge como eixo de compreensão para as relações no campo social.

Em suma, Tony Schirato e Susan Yell defendem a comunicação como um prática cultural que necessita várias formas de literacia cultural para ser compreendida. A sua perspetiva é influenciada pelo trabalho de Pierre Bourdieu sobre o espaço multidimensional, o campo social e os mapas de relações entre sujeitos e ideias (vd. Bourdieu, 2010: 195-197). Sobre o espaço social Bourdieu sustenta:

o espaço social é um espaço multidimensional, conjunto aberto de campos relativamente autónomos, que dizer, subordinados quanto ao seu funcionamento e às suas transformações, de modo mais ou menos firme e mais ou menos directo (Bourdieu, 1989: 153)

Pierre Bourdieu apresenta-nos o campo social como um espaço onde o distanciamento e a aproximação dos agentes é estruturada através do capital simbólico, sendo nestas relações que verificamos as manifestações dos juízos sociais que, como produto, constroem este sistema que estratifica o papel dos agentes no espaço (vd. Bourdieu, 1989: 145).

As hierarquias deste espaço estabelecem quem são as autoridades prescritoras e estas são confirmadas pela aceitação do grupo. A autoridade de um agente é produto do reconhecimento pelo grupo que compõe o espaço social, sendo o poder proporcional ao reconhecimento. Tal como refere Pierre Bourdieu:

os agentes detêm um poder à proporção do seu capital, quer dizer, em proporção ao reconhecimento que recebem de um grupo. A autoridade que fundamenta a eficácia performativa do discurso sobre o mundo social, a força simbólica das visões e das previsões que têm em vista impor princípios de visão e de divisão desse mundo, é um *percipi*, um ser reconhecido e reconhecido (*nobili*), que permite impor um *percipere*. (Bourdieu, 1989: 145).

Tome-se como exemplo o campo da moda, onde encontramos estas hierarquias são profundamente marcadas, por exemplo, a *Vogue* é uma das prescritoras por excelência. Esta publicação periódica de moda é a autoridade máxima dentro deste género de publicações. Adquirir a *Vogue* é ter mais do que uma revista de moda; é ter um reflexo do espírito do tempo (*zeitgeist*). Tal como referem Evelyn e Wolfgang Gick:

Vogue has the power to select a particular *zeitgeist* topic that has been simultaneously expressed by different designers. (Gick e Gick, 2007:8)

A *Vogue* é a prescritora por excelência pelo reconhecimento que lhe é atribuído e pela posição que ocupa no meio. Este agente tem o poder de fazer ver e de fazer crer (vd. Bourdieu, 1989: 151). Assim, como refere Nelson Pinheiro Gomes:

O facto de ser uma das mais famosas revistas de moda do mundo – para não dizer a mais importante - dota a Vogue de um poder e posição na indústria capaz de mover e mudar mentalidades, bem como mercados.
(Gomes, 2010: 87)

O reconhecimento pelo grupo da autoridade da Vogue, permite a aos agentes prescritores dizer o que é socialmente aceite e ser catalisadores de comportamentos, pois a sua posição de domínio simbólico sobre os outros confere-lhes esse poder. Tal como Pierre Bordieu refere, os indivíduos que ocupam posições dominadas no espaço social também são dominados no campo da produção simbólica (vd. Bourdieu, 1989: 152).

Portanto, a publicação periódica de moda recorre a estes agentes prescritores, especificamente às estrelas de cinema — fotografar um actor não produz o mesmo impacto social do que fotografar um modelo. Apesar de serem amadores na função de modelos temos de destacar que no caso da estrela do *star system* (vd. Lipovestky, 2010b), ela traz para a fotografia de moda o público que a segue e admira. Tal como refere Ginsberg e Lockwood:

stars do bring something to fashion photography that models don't: the memory the audience has of them from the big – or little – screen. 'Actors bring so much, they add a narrative from their collective movie images... They add character to the clothes, and an intensity.'
(Ginsberg and Lockwood 1996: 58)

O que importa realçar é a própria estrela, ao contrário do que ocorre com os modelos, cujo foco são as peças de roupa e não o modelo. Tal como refere Barbel Sill (vd. Shinkle, 2008).

Or, to put it differently: whereas in fashion pictures involving a model the clothes are the star, the star fashion pictures involving a star isthe star herself.
(Shinkle, 2008:135)

Na fotografia de moda assistimos a este fenómeno da prescrição em que atores são usados como modelos pelo seu capital simbólico, e, como defende a autora, neste caso o que existe na imagem é a extensão do capital simbólico do agente. Como consequência, existe um processo de comunicação que resulta de uma ação de autoridade e um processo

de imitação. Este processo ultrapassa o modelo escolástico da teoria da comunicação. Na verdade este processo depende apenas da literacia cultural e dos processos e regras do campo social. Podemos falar de um processo de intertextualidade. No sentido em que Tony Schirato e Susan Yell sustentam que a intertextualidade é o processo de extrair sentido de textos em relação com outros textos (vd. Schirato e Yell, 2000:53-56). Este é o processo que aplicamos aos agentes que são elementos necessários para estabilizarem os processos de comunicação. O que válida cada agente é o seu capital simbólico que depende da literacia cultural da sociedade, classe ou grupo e indivíduo. Na estabilização dos processos de comunicação enquanto práticas culturais estes agentes contribuem para os quadros de referência de sentido do mundo sensível. Conforme Stuart Hall afirma sobre o mundo social:

As velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno. A assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social.

(Hall, 1998: 7)

Os agentes descritos por Pierre Bordieu são as novas âncoras de estabilidade que Stuart Hall menciona. Porém, apesar do poder de prescrição e do capital simbólico serem elementos importantes, nenhum dos autores mencionados reflete acerca da influência da imitação como elemento que valida o capital cultural destes agentes. No entanto, importa perceber como é que a imitação influencia os processos de comunicação e a literacia cultural.

Para tal, vamos usar a definição de Gabriel Tarde que na sua obra *As leis da imitação* sustenta que a imitação pode ser vaga ou precisa, consciente ou inconsciente, voluntária ou involuntária (vd. Tarde, 1903:189-191). Mas este não é o ponto fulcral da sua obra, mas sim aquele em que o autor questiona sobre: “Is it true that as people becomes civilised its manner of imitating becomes more and more voluntary, conscious, and deliberate?” (vd. Tarde, 1903:192-193). Tarde defende que o oposto é verdade, ou

seja, que a imitação não é proporcionalmente voluntária e consciente ao aumento civilizacional. Defende que o próprio ato de imitar é um processo inconsciente que advém da necessidade de imitação. Tarde posiciona a imitação como um dos elementos basilares da nossa vida social (vd. Tarde, 1903:189). E se por um lado temos a imitação, por outro temos a comunicação como elemento basilar da nossa vida social.

A comunicação é um promotor de relações humanas, tal como Niklas Luhmann sustenta, ao afirmar que “sem comunicação não existem relações humanas nem vida humana propriamente dita” (vd. Luhmann, 2006:40). Compreender que estas autoridades de prescrição e agentes conseguem produzir atos comunicacionais eficazes, valida a comunicação como uma prática cultural. A questão que se coloca é como podemos construir atos comunicacionais apesar da improbabilidade da comunicação sustentada por Niklas Luhmann, que refere:

Em primeiro lugar, é improvável que alguém compreenda o que o outro quer dizer, tendo em conta o isolamento e a individualização da sua consciência. [...] A segunda improbabilidade é a de aceder aos receptores. [...] A terceira improbabilidade é a de obter o resultado desejado”
(Luhmann, 2006:42-43)

Ao que Luhmann denomina de improbabilidades, Tony Schirato e Susan Yell indicam como os elementos necessários para compreender a comunicação. Primeiro, a consciência de que o significado e as práticas são referentes a um contexto específico. Segundo, a literacia cultural dos elementos envolvidos. Por último, a relação entre a comunicação e cultura. (vd. Schirato e Yell, 2000:5). Na improbabilidade da comunicação encontramos o que Schirato e Yell definem como a prática cultural da comunicação.

2.2 Uma potência de imagem: o mito e o conto

mito é só maneira de se falar do homem e do mundo.
(Sousa, 2004: 45)

Roland Barthes afirma que o *mito é uma fala* (vd. Barthes, 1978: 181). Eudoro de Sousa, defende a mesma ideia, assim como afirma que mito permite conhecer não só o Homem, mas também o Mundo (Sousa, 2004), pois o mito é a resposta à necessidade de explicar a vida, o papel do Homem, a origem do Mundo (fenómenos originais/inaugurais) (vd. Eliade, 1963: 25-27) e as forças da Natureza - que inicialmente escapavam ao entendimento racional (vd. Coelho, 2012:85-87). Esta é a razão pela qual muitos mitos têm como figuras centrais deuses ou figuras semelhantes que associamos à criação - ao momento criador ou inaugural - ou a figuras maravilhosas cujo ponto comum é o facto de não pertencerem ao *mundo vulgar* (vd. Eliade, 1963: 17).

José Bragança de Miranda recupera a ideia de Italo Calvino de que o *mito é afinal uma potência de imagem, dinâmica e infixável, que se mantém ativa quer nas figuras em que a mitologia cristalizou quer nas formas estáveis e nos códigos e em geral em todas as coisas que mobilam a existência* (vd. Miranda, 2012: 53) (vd. Calvino, 2002). E o mito ao contar *uma história sagrada, relata um acontecimento que teve lugar no tempo primordial, o tempo fabuloso dos «começos»* (vd. Eliade, 1963: 12). A eclosão do que podemos designar de sobrenatural surge com o mito.

Como tal, observamos nestas mitologias o reflexo de uma realidade cultural complexa que pode adquirir diversas e distintas perspectivas de interpretação. Por consequência, torna-se num catalisador de modelos de comportamento, enquanto confere respostas às dúvidas metafísicas do Homem e confere sentido e valor à vida, tal como sugere Mircea Eliade:

ele fornece modelos para o comportamento humano e, por isso mesmo, confere significado e valor à existência.
(Eliade, 1963: 10)

Ao possibilitar estes modelos de comportamento, o mito torna-se um momento iniciático, não só de comportamentos, responsável pela criação e maturação da memória coletiva de um grupo, mas também de desenvolvimento de códigos sociais que formam os princípios basilares da nossa identidade social. Facto já enunciado por Platão que propõe que os futuros cidadãos da sua república ideal comessem a sua educação literária contando mitos, em vez de tomarem conhecimento de meros factos ou dos chamados ensinamentos racionais (vd. Bettelheim, 2011: 55).

Roland Barthes afirma que o mito é um sistema de comunicação dotado de uma mensagem onde tudo é passível de ser um discurso (vd. Barthes, 1978:181). O autor acrescenta:

Esta fala é uma mensagem. Assim, ela pode perfeitamente não ser oral; pode ser formada de escritas ou de representações: o discurso escrito, mas também a fotografia, o cinema, a reportagem, o desporto, os espectáculos, a publicidade, tudo isso é susceptível de servir de suporte à fala mítica
(Barthes, 1978: 182)

Roland Barthes apresenta a mitologia como um fragmento da ciência dos signos desenvolvida por Ferdinand Saussure - a semiologia. O autor definiu, como apresenta Roland Barthes, o significante, o significado e o signo, que é o total associativo dos dois primeiros termos, como a unidade básica do sistema semiológico através do qual a relação de dicotomia - significante e significado - é responsável pela construção do signo (vd. Barthes, 1978: 184).

Roland Barthes estabelece um segundo sistema semiológico para esclarecer o mito à luz dos estudos de semiologia. O primeiro sistema definido por Ferdinand Saussure (significante, significado e por consequência signo) estabelece-se como o significante para o segundo sistema definido por Roland Barthes. O significante no sistema do mito pode ser abordado sob duas perspectivas: como o termo final do sistema linguístico ou como termo inicial do sistema mítico (vd. Barthes, 1978: 188). O autor designa o primeiro sistema linguístico por *linguagem-objecto*, pois é a linguagem na qual o mito, por apropriação, desenvolve o seu sistema. Em relação ao segundo - o mito - o autor denomina como *meta-linguagem* (vd. Barthes, 1978: 186-187) porquanto é uma língua

que fala da primeira (linguagem-objecto).

Conforme refere Nelly Coelho, é na correspondência entre símbolo e mito que é validado o mito como verdade e portanto possível de ser transmitido:

os mitos nascem na esfera do sagrado; os arquétipos correspondem à esfera humana e os símbolos pertencem à esfera da linguagem, pela qual mitos e arquétipo são nomeados e passam a existir como verdade a ser difundida entre os homens e transmitida através dos tempos.
(Coelho, 2012: 83)

Os contos fantásticos ou universos do maravilhoso nascem deste mundo dos ritos (v.d. Calvino, 2002:19) e verificamos que é nesta esfera da linguagem simbólica que assistimos à proximidade desse declínio do mito em conto. Tal como sugere Nelly Coelho:

Foi pela transformação dos mitos e arquétipos em linguagem simbólica, pois sem esta eles não existiriam, que a Sabedoria da vida neles contida pode difundir-se por todo o Mundo, transformada em contos (de fadas ou maravilhosos), em novelas de cavalaria, *lais*, romances, cantigas.
(Coelho, 2012: 90-91)

Tanto no mito como no conto de fadas comunicam através desta linguagem simbólica na tradução de "um material inconsciente" (vd. Bettelheim, 2011: 57) de modo a ser apreendido como contrato social numa leveza consciente. Os contos assumem uma função de desenvolvimento de códigos sociais, normas e valores (vd. Zipes, 2012), assim como os mitos. Actualmente, é no recurso da transformação do conto de fadas/maravilhoso através da tecnologia que nós comunicamos, debatemos, analisamos e fomentamos soluções e questões sobre o nosso quotidiano social. Jack Zipes sugere que:

In fact, we use the classical fairy tales in mutated forms through new technologies to discuss and debate urgent issues that concern our social lives and the very survival of the human species.
(Zipes, 2006: xiii)

Jack Zipes apresenta os contos como memes culturais (vd. Zipes, 2006) que prevalecem sobre o tempo, oferecendo as soluções e os padrões de comportamento que nos conduzem ao termo final da felicidade (vd. Bettelheim, 2011: 56-61) (vd. Propp, 1972:14).

Em suma, o conto, desenvolve-se por adaptação ao longo do tempo, através da linguagem simbólica. No recurso ao simbólico, podemos observar no conto fantástico a reprodução do momento inaugural do mito e dos ritos iniciáticos, produzindo no homem actual a consciência banalizada sob um véu de evasão e de divertimento, da seriedade dos cenários iniciáticos. Mircea Eliade acrescenta:

O conto retoma e «iniciação» ao nível do imaginário. (...) Sem dar por isso, e imaginando divertir-se ou evadir-se, o homem das sociedades modernas beneficia ainda desta iniciação imaginária fornecida pelos contos. Poderíamos, então, interrogarmo-nos se o conto fantástico não se terá transformado muito cedo numa «réplica fácil» do mito e do rito iniciáticos, se ele terá tido esse papel de reactualizar as «provas iniciáticas» ao nível do onírico e do imaginário.
(Eliade, 1963:167)

Assim, tal como o autor refere, o conto reactualiza, como um meme, a própria mensagem que lhe é intrínseca, adaptando o 'material inconsciente' dos mitos para o presente. Como meme cultural, o conto é parte importante da construção da identidade colectiva de um grupo social. Tal como Carl Jung refere em relação ao conto de fadas e aos sonhos:

Os contos de fadas, do mesmo modo que os sonhos, são representações de acontecimentos psíquicos. Mas, enquanto os sonhos se apresentam sobrecarregados de factores de natureza pessoal, os contos de fadas encenam os dramas da alma com materiais pertencentes em comum a todos os homens
(Jung apud N.Silveira, 1981:119)

O autor posiciona o conto de fada como o reflexo do colectivo, em contraposição ao sonho que funciona como uma representação subjectiva do indivíduo. Em suma, o conto está intimamente ligado ao que é a nossa memória colectiva e à forma como nos posicionamos perante o Mundo. Enquanto elemento de construção da identidade, o conto é uma metáfora reflexiva sobre a nossa condição social, sob um véu ilusório de um passado distante (vd. Zipes, 2006: 137).

2.3 A similitude da imagem e do texto

Em primeiro lugar, esta: o texto constitui uma mensagem parasita, destinada a conotar a imagem, isto é, a “insuflar-lhe” um ou vários segundos significados. Por outras palavras, e é uma inversão histórica importante, a imagem já não *ilustra* a palavra; é a palavra que, estruturalmente, é parasita da imagem; (vd. Barthes, 2009:21)

Roland Barthes afirma que o texto parasita a imagem conferindo-lhe “um contexto cultural, uma moral, uma imaginação, hoje há amplificação da imagem ao texto” (vd. Barthes, 2009:22-23). A questão que se coloca é se realmente alguma vez a imagem parasitou o texto, ou se era uma relação inversa ou simbiótica. Tal como afirma George Steiner “as imagens e as construções simbólicas do passado encontram-se impressas, quase à maneira de informações genéticas, na nossa sensibilidade (vd. Steiner, 1992:14). Torna-se importante ter literacia não só visual mas cultural para compreender e ler imagens. “A palavra torna-se cada vez mais legenda da imagem” (vd. Steiner, 1992: 115). George Steiner refere-se a este processo como a retirada da palavra (vd. Steiner, 1992). Este alteração faz com que a coluna vertebral da consciência mude da palavra para a imagem (vd. Llosa, 2012:18). As imagens têm a autoridade que a palavra impressa e falada tinha anteriormente, é o que defendem autores como George Steiner ou Mario Vargas Llosa.

Porém Vilém Flusser, sustenta que “a escrita linear é inventada para contar imagens, para explicar, para explicar o mundo” (vd. Flusser, 2015, 40). Assim como defende que a língua não é natural e tem de ser constantemente renovada e adquirida, sendo a imagem natural (vd. Flusser, 2015, 52). Como tal, a construção do nosso sentido do “presente e do passado recente” está baseada nas imagens que servem de caminhos de referência.

“Lembrar é, cada vez mais, não apenas recordar uma história mas ser capaz de recordar uma imagem” (vd. Sontag, 2003:88). Susan Sontag sustenta que a imagem é um presente reconhecido por todos, uma escolha que permite atribuir sentido ao mundo sensível (vd. Sontag, 2003:75-91).

“A memória congela as imagens; a sua unidade de base é a imagem individual” (vd. Sontag, 2003:28). As imagens produzem um código linguístico tão complexo quando os signos linguísticos. Importa reflectir sobre a imagem fotográfica, sobre qual a autora sustenta:

As fotografias têm a vantagem de reunir dois aspectos contraditórios. As credenciais de objectividade eram sua parte integrante. Embora tivessem sempre, necessariamente, um ponto de vista. Eram um registo da realidade – incontroverso, como nenhum relato verbal, por mais imparcial, poderia ser – dado que era uma máquina a fazer esse registo. E eram testemunhas da realidade uma vez que uma pessoa estivera presente para as tirar.” (Sontag, 2003, p.33)

A fotografia carrega em si uma mudança na forma como nos relacionamos com o real. Este *medium* começa por ganhar um carácter de validação do real e, como defende Roland Barthes (2010), ela acaba com a resistência de acreditar no passado (*o passado, aquilo que se vê no papel é tão real como aquilo que se toca*). A fotografia reproduz até ao infinito o que só aconteceu uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca mais poderá repetir-se, mas esta capacidade mimética permite o encontro entre o passado e o presente (vd. Barthes, 2010), atribuindo o mesmo carácter de verdadeiro e real ao dois momentos. A imagem fotográfica coloca o referente fotográfico com domínio sobre o espaço e como testemunho da realidade (vd. Sontag, 2012). Como Roland Barthes sugere:

“Ora, na Fotografia, o que eu estabeleço não é apenas a ausência de objectos; é também, simultaneamente e na mesma medida, que esse objecto existiu realmente [referente fotográfico] e esteve lá, onde eu o vejo.(...) A fotografia torna-se então para mim um médium estranho, uma nova forma de alucinação: falsa ao nível da percepção, verdadeira ao nível do tempo.” (Barthes, 2010)

Roland Barthes apresenta-nos o referente fotográfico como um momento morto no tempo que se imortaliza e espalha-se não só sobre o infinito, mas também sobre o sujeito. No entanto, com a introdução das ferramentas tecnológicas que permitem actuar e modificar a fotografia digital, actualmente assistimos a uma contaminação entre os referentes fotográficos, isto é, a manipulação da imagem na fotografia através de *softwares* de

edição de imagem. A segurança de uma existência autêntica do referente fotográfico no passado é neste momento colocada em causa, como consequência, podemos verificar uma manifestação da compressão do tempo e do espaço na fotografia/imagem digital.

Na imagem está agora presente não apenas perante um referente fotográfico — deve ser entendido na concepção de objecto que representa uma realidade num momento passado específico, como apresenta Roland Barthes, “a coisa necessariamente real que foi colocada diante da objectiva sem a qual não haveria fotografia (...) Há uma dupla posição conjunta: de realidade e de passado” (vd. Barthes, 2010). Mas perante uma multiplicidade de referentes que retiram a autenticidade sobre este passado que, no entanto apresentam uma nova imagem submetida a um pensamento hipertextual, onde momentos distintos se encontram e criam novas significações. Levanta-se aqui a questão da autoria associada à forma como percebemos a imagem, assim como o leitor que ao depender da sua memória coletiva extrai informação e conhecimento subjutivo da imagem, apesar da sua perda de autenticidade. Estamos perante um conflito entre a fotografia como uma reprodução analógica do real — o passado — com uma imagem que confere aos seus referentes fotográficos a potencialidade do dom da ubiquidade através da manipulação dos referentes.

A manipulação dos referentes, possível através dos avanços tecnológicos, permite a quebra do que Roland Barthes define como a verdade existente na fotografia ao nível do tempo, mas também quebra a sua relação analógica com o real ao introduzir elementos ficcionais (vd. Barthes, 2010). O tempo e o real surgem agora em completa compressão, onde passado e presente se cruzam não só entre si mas também com elementos do fictício.

Atualmente, perante a imagem digital, encontramos-nos num estado de alienação face ao real onde tudo é possível no plano da imagem. Assim sendo, o fotógrafo deixa de ser testemunha da história e encontra um novo lugar como autor de novas ‘realidades’ distantes do real; ‘realidades’ de simulação que são obras de um hiper-real, tal como enuncia Jean Baudrillard:

A simulação já não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real. (Jean Baudrillard, 1991: 24)

A morte da reprodução analógica do real acontece na imagem digital; a simulação de signos conduz a um novo estado e paradigma na imagem, no qual o real não se reproduz e o imaginário coletivo é redefinido para apreender e compreender estes novos referentes simulados. José Bragança Miranda denomina-os de simulação perfeita, uma simulação invisível que não deixa vestígios (vd. Miranda, 2012: 62-65). Estes referentes desenvolveram mundos virtuais onde o simulado triunfa sobre o analógico (vd. Belting, 2014: 33).

A simulação posicionou a relação entre imagem e texto num novo patamar de relação pela similitude confinada pela analogia. Esta assume um papel importante como eixo relacional para a atribuição de significado, no que Michel Foucault define como as quatro similitudes (vd. Foucault, 2014: 83-90). Não se refere apenas a analogias do espaço real que são *semelhanças visíveis e maciças das próprias coisas* mas a *semelhanças mais subtis das relações* (vd. Foucault, 2014: 89). A consequência deste hiper-real, reside exactamente na significância da relação entre imagem e texto que deixa de ser uma relação analógica limitada ao visível e ao maciço. A subtileza das relações encontradas na analogia é o que permite extrair da imagem e do texto a sua significância na simulação perfeita (vd. Foucault, 2014: 91-93; vd. Belting, 2014: 79-83).

2.4 A imagem como significado

Hans Belting afirma que o *homem é naturalmente o lugar das imagens*, pois é um órgão vivo para imagens. Lugar esse onde as imagens deixam marcas invisíveis (vd. Belting, 2014: 79-80). Essas marcas são resultados do plano de existência das imagens em relações de semelhança. E tal como afirma Michel Foucault não existe semelhança sem marca (vd. Foucault, 2014: 94).

As marcas são um reflexo da atividade cultural — o processo de leitura, compreensão e agregação de signos, que na produção de sentido dão origem ao significado. A existência deste significado está dependente dos signos que partilhamos com o coletivo e que agregamos para produzir conhecimento.

A leitura das imagens é marcada pela literacia cultural, pela percepção dos signos e pela informação armazenada, tudo alicerçado na memória coletiva espaço-temporal que reativamos para compreender estas relações de sentido.

As imagens são navegadas por esta imagética idiossincrática com uma ordem hierárquica estabelecida pelo indivíduo. Como tal, os significados destas relações são representações do mundo, pois as imagens como *medium* estão entre o homem e o mundo como guias da realidade, mas não são apenas mapas do mundo mas elementos que definem o real. Tal como Vilém Flusser sustenta:

Seu propósito é serem mapas do mundo, mas passam a ser biombos. O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas caixa negra.
(Flusser, 1985:12)

A imagem não serve apenas como orientação do mundo mas é uma autoridade (vd. Sontag, 2003:31). A imagem contribui para definir a consciência, a memória coletiva, a memória individual e, como consequência das marcas invisíveis, o mundo sensível e das ideias.

Importa sublinhar que no “domínio da simbólica não há um código *geral* de decifração, mas apenas códigos *particulares* que, também eles, exigem uma interpretação” (vd. Alleau, 1976:12). Como tal, compreender a importância da imagem e destas construções de significado é uma necessidade igual à aprendizagem de uma língua. Para tal, vamos fazer uma pequena comparação de duas publicações periódicas — *Cereal* e *Kinfolk*. A escolha recai sobre estas duas publicações, pois são formalmente idênticas e é um erro comum identificá-las como tendo o mesmo público, um design idêntico, a mesma imagética e a mesma intenção de produção de significados. Vamos ter em consideração as imagens de capa e algumas produções editoriais presentes no corpo das publicações. A seguir dão-se com reproduzidas algumas das capas das revistas:

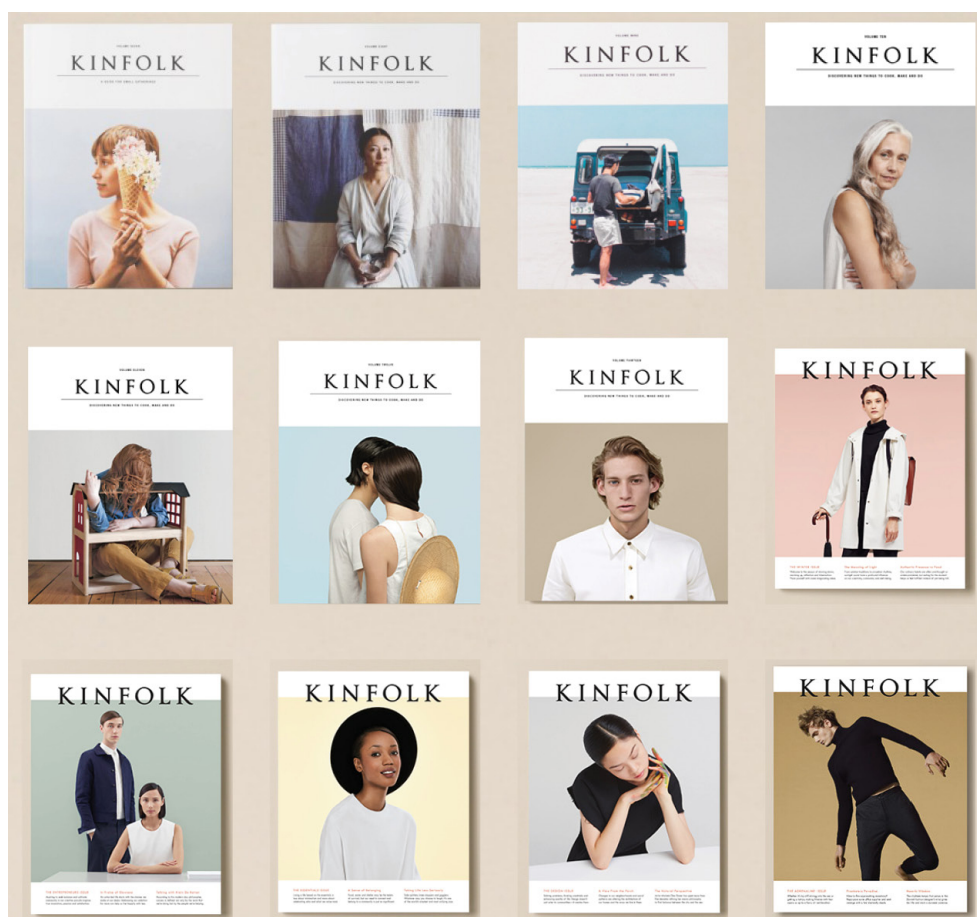


Figura 1 - Capas da Revista Kinfolk. Números de capa 7 a 16 continuando na 18 e 19(a começar no canto superior esquerdo para o direita)



Figura 2 - Capas da Revista Cereal. Números de capa 1 ao 12 (a começar no canto superior esquerdo para o direita)

Ambas as publicações foram revisitadas ao nível do desenho da capa, do trabalho tipográfico e ainda da maturação das imagens, como podemos verificar na figura 1 e 2. Henri Focillon afirma: “o símbolo significa então que a forma adquire significação” (vd. Focillon, 1962: 11), e nestas publicações acontece isso mesmo— a forma que constrói significação e se transforma em símbolo — tal como tentamos demonstrar.

Kinfolk é uma publicação sobre *lifestyle* enquanto que a *Cereal* é uma publicação sobre viagens. Importa sublinhar que estes objectos culturais são normalmente

confundidos e posicionados como iguais culturalmente. *Cereal*, sendo uma publicação mais recente é frequentemente denominada de “*Kinfolk* britânica”. Este fenómeno é consequência do seu desenho editorial, grelha de página e sobretudo diretrizes de design (sublinhando a produção fotográfica e tipográfica). Porém, isto acontece devido à qualidade de similitude, mas também porque a produção do imaginário está sujeita a um processo social (vd. Belting, 2014: 109).

Dois números destas publicações isolados no mesmo expositor apresentam-se como similares, devido às similitudes visíveis e maciças anteriormente citadas. Como o espaço das analogias é um espaço de irradiação ficamos presos neste “poder similar” (vd. Foucault, 2014: 94). A imagem é o elemento mais responsável por este aprisionamento, Contudo, é também o elemento que nas relações subtis de analogia afasta as duas publicações. Na comparação entre a Figura 1 e Figura 2, realmente elas são distintas, mas a percepção de que elas são publicações completamente distintas existe porque são apresentadas em grupo, o que reforça os elementos das relações subtis que afastam diferencialmente ambos os grupos.

Na sua maioria, as imagens de capa da *Kinfolk* apresentam uma figura humana sobre um fundo de cor neutro. No entanto, a figura humana não é objecto das imagens de capa da *Cereal*. Estas são centradas em detalhes de espaços, com o mínimo de informação gráfica possível com intuito de provocar uma atmosfera etérea. As diferenças entre as imagens de capa permitem compreender as narrativas editoriais de cada publicação. *Kinfolk* está concentrada nas pessoas e no quotidiano com o objectivo de representar estilos de vida.

Por outro lado, a narrativa editorial da *Cereal* incide sobre a exaltação do espaço, da forma e da matéria, com a intenção de criar momentos de descoberta e contemplação. Nas imagens de capa podemos ver o destaque que a forma e a materialidade dos objectos ganham através dos detalhes apresentados

Para produzir uma comparação mais eficaz do corpo da publicação vamos concentrar-nos em dois números — *Kinfolk* n.º18 *The Design Issue* e *Cereal* vol. 5. A diferença na produção de imagens continua no corpo das publicações. A grande diferença que importa sublinhar é a utilização do texto. Enquanto que na *Kinfolk* o texto existe como discurso com vida próprio, na *Cereal* o texto está presente com um intuito de legendar e ancorar a imagem. Podemos verificar no volume 5 da revista que a mancha de texto é inferior a mancha de imagem. A própria divisão dos elementos dentro da revista é feita com base nos lugares. Podemos dizer que este objecto é para ser primeiramente contemplado e não lido. Esta publicação como estudo da produção de significado da imagem é mais pertinente que a *Kinfolk*, pois nesta o discurso principal é a imagem e não o texto. Por outro lado, no número 18 da *Kinfolk* podemos verificar que apesar da cuidada produção de imagem o discurso primário é o texto.

Não há dúvida que a atual cultura da imagem, tal como Marshall McLuhan refere, dá primazia à visão em deterioramento dos outros sentidos (vd. McLuhan 1988, 19). Como tal, a sociedade encontra-se imersa numa estrutura que dá primazia à linguagem não-verbal que, como Nelson Gomes afirma, está em íntima relação com a imagem (vd. Gomes, 2010:20).

No entanto, o texto continua a desempenhar um papel importante, principalmente nas publicações periódicas de moda ou *lifestyle*, onde parasita as imagens, potenciando o seu significado. Assim, como refere Roland Barthes, o texto parasita imagens, e resulta no surgir de novos significados. No caso do editorial na publicação de moda essa relação sinérgica é aproveitada para criar e acrescentar valor simbólico à sua mensagem visual (vd. Barthes, 1977: 27). No entanto, queremos ainda sublinhar a ideia da escrita como um 'meta-código' que faz a mediação entre o homem e as imagens dos símbolos, sejam conotativos ou denotativos (vd. Flusser, 1985:7).

'Fashion doesn't have to be something people wear, fashion is also an image'
(Viktor & Rolf citado por Shinkle, 2008: 17)

A Moda encontra nas imagens um excelente meio, principalmente na fotografia como técnica de imagem que regista o instantâneo e o faz perdurar no espaço. E devido ao carácter de reinvenção constante e de “mudança”, a moda encontra na fotografia o meio de eleição para comunicar os seus ciclos efémeros. Esta indústria percebeu desde cedo que a imagem é para o leitor um meio de apreensão de uma grande quantidade de informação num curto espaço de tempo, pois a linguagem visual tomou a primazia na forma como comunicamos e registamos o mundo através das marcas invisíveis. Tal como refere Susan Sontag:

Numa era de sobrecarga de informação, a fotografia fornece um meio rápido de apreender uma coisa e uma forma compacta de memorização. A fotografia é como uma citação, uma máxima ou um provérbio.
(Susan Sontag, 2003: 28)

Ao ler de forma cirúrgica o pensamento do seu tempo, a Moda faz uso da memória colectiva para comunicar através da imagem a sua mensagem. Interessa perceber como a documentação analógica da realidade deixou de ser suficiente, e o editorial de moda é uma manifestação dessa insuficiência que conduz à construção da teatralidade como refere Roland Barthes no seu livro *O Sistema da Moda*: “na fotografia de Moda, vulgarmente, o mundo é fotografado sob as espécies de um décor, de um fundo ou de uma cena, em resumo, de um teatro” (vd. Barthes, 1981).

Naquele a que Barthes chamou o teatro do sentido (vd. Barthes, 1981) percebemos o pensamento hipertextual de procura de novas ligações e momentos de tensão entre signos nesta nova realidade — o hiper-real (vd. Baudrillard, 1991). No caso da fotografia de moda, ela é na sua concepção abstrata o estabelecimento de relações sinestésicas entre signos (vd. Barthes, 1981), sendo a imagem a ação formal que age sobre o indivíduo, ou seja, que se traduz para o sujeito no reconhecimento dessas relações ao permitir extrair informação sobre novas realidades provenientes deste ‘teatro do sentido’. No entanto, no editorial de moda estas relações não advêm apenas da

imagem, mas também da sua relação com o texto, pois a existência de texto contribui para ancorar o leitor dentro de um determinado espaço de entendimento.

A acção da imagem sobre o indivíduo é complementada pela existência do texto que acompanha a imagem nas publicações periódicas de moda. O texto reforça a imagem ao conferir autoridade sobre a imaginação, algo que na sua formalização surge com simplicidade, mas numa relação de cooperação o texto contribui para o reforço e a validação do ‘hiper-real’ (Jean Baudrillard, 1991). Na publicação podemos apreender que a imagem e o texto fundem-se num só momento; a imagem traz o texto para si, apropriando-se dele para reforçar a sua mensagem. Portanto, o texto deixa de ser uma simples palavra impressa e vai para além da legenda ou bloco de texto, ganhando um potencial carácter de imagem.

A fotografia de moda transforma-se numa janela de realidades onde não há a necessidade da fotografia validar o referente do passado. Aqui, o importante é a mensagem e a construção de significado através do acumular de referentes distintos que numa relação de co-habitação produzem um novo real; a alienação do real é agora bastante marcada na fotografia, que é apresentada como uma ponte para essa nova realidade simulada. No entanto, tal como refere João Rosa:

Poder-se-ia dizer, a partir de uma acepção inflacionada de memória, que toda a fotografia é potencialmente Memória; i.e., é um documento histórico
(Rosa, 2008: 62)

Os referentes ganham novas dimensões e níveis de complexidade. O desenvolvimento tecnológico dos *softwares* de edição de imagens permitiram o surgir destes novos níveis. As imagens ao tornarem-se mais complexas exigem agora do leitor um novo tipo de relação mais subtil. A imagem deixou de ser apenas um testemunho mas sim uma tela que molda realidades.

Caso de estudo: A interferência das artes em Alice

3.1 O vestido de Alice: a lógica do sentido e a identidade cultural

Begin at the beginning, and do not allow yourself to gratify mere idle curiosity by dipping into the book, here and there. This would very likely lead to your throwing it aside, with the remark 'This is much too hard for me!', and thus losing the chance of adding a very large item to your stock of mental delights.

(Carroll, 1958: xv)

As obras Lewis Carroll⁶ in *Alice's Adventures in Wonderland* e *Through the Looking-Glass and What Alice Found There* são o objecto central deste capítulo. Estas obras foram publicadas pela primeira vez, respectivamente, em 1865 e 1891. Estas obras estão inseridas no contexto e pensamento vitoriano e, por esse motivo, são um espaço de espelho e de reflexão das normas sociais da época (vd. Garner, 2000).

Megan S. Lloyd descreve Alice como sendo uma curiosa menina de sete anos, assertiva, que faz as suas próprias escolhas, representando um mundo de possibilidades enquanto coloca em causa o papel da mulher (vd. Davis, 2010:8-11). Importa sublinhar o aparente contrato social que a identidade desta personagem tem perante o campo social. Porém a sua identidade não teve uma estabilidade instantânea.

O seu vestido é um dos elementos visuais onde é mais notável a parasitação do campo social na construção da identidade cultural de Alice, pois, não existe nenhuma descrição física da personagem na obra, como tal, a imagem que acompanha o texto é responsável por criar essa potência de identidade. Em 1865, na primeira edição publicada, a obra era acompanhada pelas ilustrações de John Tenniel. Pretendemos realçar o desenho do vestido de Alice:

⁶ Lewis Carroll era o pseudónimo usado por Charles Ludwidge Dodgson.

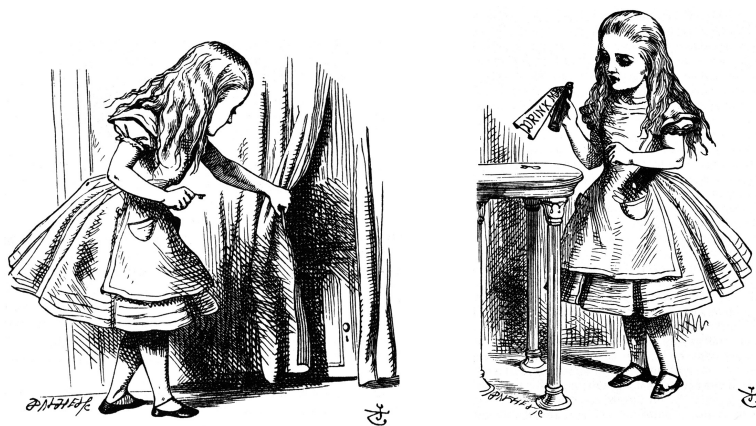


Figura 1 - Duas das ilustrações originais de John Tenniel para *Alice's Adventures in Wonderland* em 1865

Um desenho apropriado para a época onde se insere. Alice aparenta seguir as normas sociais e os bons costumes. Contudo, o campo social percebe esta personagem como um menina de sete anos auto-suficiente e fora das regras sociais — a identidade cultural de Alice é diferente da sua representação gráfica.



Figura 2 - The Wonderland Quadrilles (1872)

A representação gráfica do vestido de Alice começa por ser vermelho, como podemos ver na figura 2. Porém, em 1890, aquando a publicação de *The Nursery "Alice"*, com arte de capa de Emily Gertrude Thomson e as ilustrações originais coloridas, surge uma

mudança que importa sublinhar: o vestido (figura 3). A alteração não é só na dimensão da modelagem do vestuário, mas também da coloração. Nos anos seguintes estes dois momentos marcam a identidade de Alice. Alice apenas surge com um vestido azul quando o livro é publicado nos Estados Unidos.

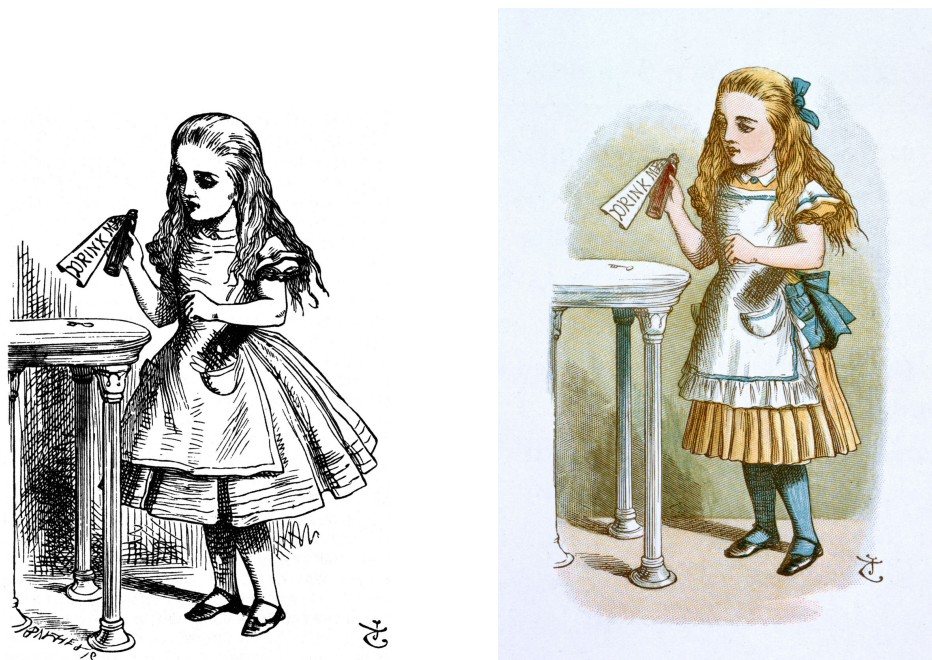


Figura 3 - Comparação das ilustrações de 1865 e 1890, respectivamente.

Esta mudança constante no objecto representado em imagem, faz com que Alice vá agregando os valores associados às representações dos objectos. O objecto encerra em si a tradução dos momentos passados que transporta consigo para o presente. Tal como Sherry Turkle refere, o objecto é um testemunho de narrativas, de acontecimentos e de valores. (vd. Turkle 2007: 307-312). A herança deste conjunto de símbolos, de imagens e de valores de passam de geração para geração fornece uma estabilidade no reconhecimento de marcos na memória coletiva.

O estudo 'The Past makes the Present meaningful' presente no *Journal of Personality and Social Psychology* sugere nas conclusões que:

In Western culture, it is regarded as unwise to be "living in the past." Of course, a past-oriented state can be problematic, if it interferes extensively with living in the present and

planning for the future. However, as the current research indicates, the past can also be a vital resource upon which one might draw to maintain and enhance a sense of meaning. The current research broadens the functional landscape of nostalgia by demonstrating that this emotion serves a pivotal existential function. (Routledge, 2011: 33)

O sentimento de pertença promovido pelas recordações e pelas referências contribuem de forma nuclear para a nossa existência. O abstrato destes símbolos passados torna-se concreto ao formalizar-se num sistema de apoio para o presente e na projeção de um futuro. Conforme Roland Barthes sugere, as imagens ou objetos são agentes evocativos das referências do passado (vd. Barthes, 2010).



Figura 4 - Algumas das imagens produzidas para *Alice in Wonderland* de Annie Leibovitz (Dezembro 2003).

O vestido de Alice transformou-se num objeto de sentido para a construção deste meme cultural, transformando-se num símbolo de constante mudança associado à personagem. Consequentemente, levou Alice a ser um símbolo narrativo através das constantes mudanças na representações do vestido. Como exemplo, podemos ver no

editorial para a revista Vogue US - *Alice in Wonderland* (Dezembro 2003) de Annie Leibovitz que é manifesto as relações de capital simbólico, pois Annie Leibovitz recorre aos grandes nomes do design de moda como modelos, criando uma metáfora entre o capital destes agentes prescritores na indústria da moda e as personagens de Lewis Carroll. Os textos que acompanham o editorial são citações do livro, por vezes com alterações, como por exemplo: *as visiting royal Karl Lagerfeld looked on, Alice caught the baby, which grunted violently*. Sublinhamos ainda a relação de esbatimento, que Annie Leibovitz introduz, entre o fantástico e a realidade neste ensaio.

A nível de composição usa uma estrutura simples e repetida com três eixos que dividem a imagem em partes iguais. Mas importa realçar o vestuário, que altera sempre que muda de cena/fotografia. As roupas são além de uma alegoria às cenas e à estranheza com que Alice navega sobre este mundo do fantástico na obra de Lewis Carroll um evocação construída pelos objectos.

Finalmente a nível de composição podemos ver que estas imagens estão fortemente marcadas pela presença de fundo das ilustrações de John Tenniel, como podemos ver na figura 4. A construção e posições dos modelos foi claramente influenciada pelas ilustrações originais dos livros de Lewis Carroll. Podemos chegar mesmo a afirmar que estas imagens são recriações das ilustrações de John Tenniel como pode ser visto no documentário televisivo da HBO Documentary Films - *In Vogue: The Editor's Eye* - exibido a dia 6 de Dezembro de 2012.

3.2 As várias faces de Alice: um meme do sinistro

Formerly, the image illustrated the text (made it clearer); today, the text loads the image, burdening it with a culture, a moral, an imagination.
(Barthes, 1977:26)

Nesta ??? a nossa atenção nas obras de Lewis Carroll *Alice in Wonderland* e *Through the Looking-Glass*, na relação discursiva entre o texto e a imagem. Nestas suas obra, o discurso textual é parasitado pelo discurso visual⁷. A relação de discursos origina a produção de outros significados para além do original contido no discurso principal e, tal como Roland Barthes refere, este desenvolvimento de significância por vezes produz ou 'inventa' significados novos e distintos do discurso original (vd. Barthes, 1977: 27).

Nestes dois contos, a imagem projeta uma identidade física de Alice que não existe descrita no discurso principal. As ilustrações de John Tenniel construíram uma identidade física para a personagem, como uma rapariga caucasiana de cabelos claros que se encontra sempre de vestido. Alice transforma-se num *meme* cultural, reforçado pelo filme produzido pela *Walt Disney* (1951) - *Alice in Wonderland*, onde Alice passa a ser associada ao vestido azul. O meme torna-se uma estrutura viva, parasitando o nosso cérebro e habitando a nossa memória coletiva, redefinindo a figura de Alice. Tal como Nicholas Humphrey refere sobre o *meme*:

os memes deveriam ser encarados como estruturas vivas, não só metafórica, mas tecnicamente. Quando você planta um meme fértil na minha mente, você literalmente parasita o meu cérebro, tornando-o um veículo de propagação do meme.
(Nk. Humphrey citado por Dawkins, 1989: 300)

Como estruturas vivas, estes *memes* diferenciam-se do seu momento original e reclamam para si identidades independentes, como verificamos com a personagem Alice, ou por exemplo, com Mad Hatter. Em 1948, a DC Comics emancipa a figura do chapeleiro de Lewis Carroll transformando a personagem com uma visualidade mais sinistra,

⁷ denominamos o discurso textual de principal e o discurso visual de subordinado, apenas para se tornar mais fácil a distinção entre os dois discursos; sendo o principal o discurso primário e o subordinado o que esta a parasitar o discurso principal

afastando-se da identidade distinta da presente na obra literária. Porém a *Walt Disney*, voltou a transformar a sua presença no campo social com o seu filme de 1951.

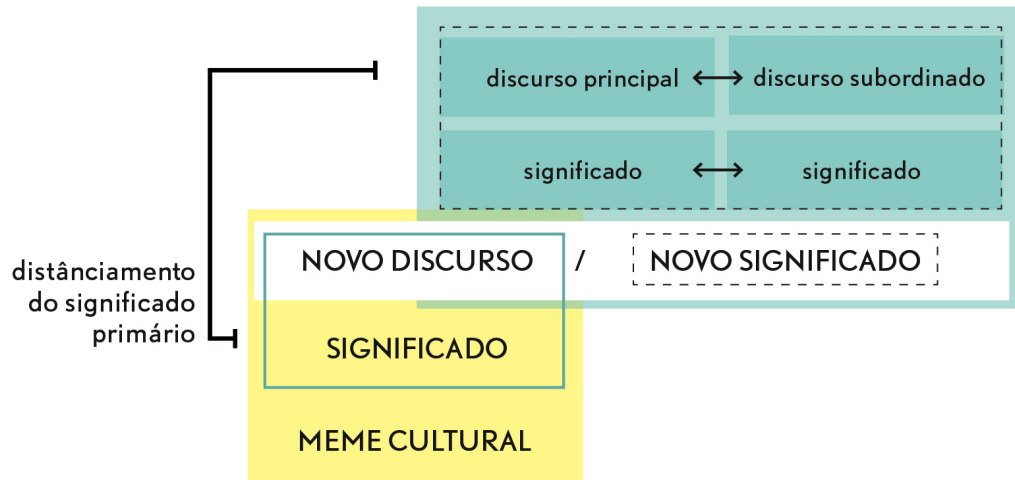


Figura 1 - Esquema relacional dos discursos sobre o meme

A emancipação deste novo discurso é a emancipação do *mime* cultural que como estrutura viva transforma-se e projeta uma nova identidade na memória coletiva - um novo discurso com um novo significado. Este fenómeno é bastante frequente com as personagens criadas por Lewis Carroll. Ainda em relação a esta questão, queremos



Figura 2 - Sakura and Sakura from Wonderland, episódio 55 de Cardcaptor Sakura

realçar que este *mime* cultural propaga-se e transforma-se à luz do seu contexto social. Por exemplo, apesar da *Walt Disney* ter impulsionado a Alice num vestido azul, anos mais tarde no *anime* japonês *Cardcaptor Sakura* (exibido de Abril de 1998 até Março de 2000) a personagem tem um vestido vermelho⁸ (figura 2).

A evolução destes *memes* é arbitrária, sendo difícil prever a próxima mutação da memória coletiva (vd. Zipes, 2006); torna-se um código passível de ser dominado por

⁸ No Oriente, a cor vermelha substitui a azul, pois no contexto cultural esta cor tem uma complexidade simbólica mais rica. É a cor associada aos imperadores e representa sempre algo de significativo e de alta importância.

todos e que promove a leitura, a partilha e o reconhecimento dos códigos sociais - neste caso não de comportamento (vd. Eliade, 1963: 10), mas da imagética colectiva. No caso ocidental, a personagem Alice é reconhecida simbolicamente pelo vestido azul assim como o chapeleiro pela cartola e as cenas de chá. Por exemplo, na seguinte produção fotográfica de Annie Leibovitz para a *Walt Disney* podemos ver o recurso a essa linguagem simbólica:



Figura 3 - Annie Leibovitz - Alice in wonderland for *Walt Disney*, 2011

O reconhecimento destas personagens dá-se através do recurso a estes *memes* que parasitam a memória coletiva e que permitem a compreensão destas figuras; com esta linguagem simbólica temos um dos pontos de relação do conto fantástico com o mito, como uma declinação não só dos mitos, mas também dos ritos (vd. Bettelheim, 2011: 57) (vd. Eliade, 1963:167).

- *A presença do sinistro nas obras literárias*

No desenvolvimento do conto de Lewis Carrol, enquanto *meme*, podemos verificar que ao longo da história houve duas abordagens paralelas à personagem: Alice como um conto de fadas do imaginário inocente e como um mundo do sinistro.

A abordagem aqui apresentada é sob o véu do sinistro. Para tal, vamos recorrer às premissas que Eugenio Trías apresenta no seu livro *O Belo e o Sinistro* (2005). O autor enumera as associações que Freud faz ao termo sinistro, identificando as coisas e as situações que passamos a enunciar de forma sucinta. Primeiro, o autor refere que um indivíduo sinistro é aquele que é portador de infortúnios para si e para os outros. Introduce

de seguida a temática do duplo e a questão da dúvida - se um ser animado encontra-se vivo ou não e vice-versa. Outro indício do sinistro é a repetição de situações que perante as mesmas causas produzem o mesmo resultado e, por último, apresenta-nos o desmembramento e a realização de desejos profundos do ser (vd. Trías, 2005: 45-47).

Apesar de ser considerado como um conto infantil, verificamos que o sinistro é uma presença constante nos contos de Lewis Carroll. Deste modo, para apresentar de forma mais eficaz a presença do sinistro vamos seguir a ordem pela qual Eugenio Trías apresenta as situações do sinistro.

Alice é portadora de mau presságio para os outros, exemplo desta sua condição é o capítulo “The Queen's Croquet-Ground” (vd. Carroll, 1993: 51-58). A associação de Alice às outras personagens neste capítulo, na sua maioria, culmina com a ordenação da Queen of Hearts —“*Off with his head*” — aqui estamos perante mais um indício do sinistro - o desmembramento. Existem dois momentos importantes a registar: o da rainha de copas já referido, e o da personagem Cheshire-Cat que se apresenta perante os outros apenas dando a conhecer a sua cabeça. Como podemos verificar:

The executioner's argument was, that you couldn't cut off a head unless there was a body to cut it off from: that he had never had to do such a thing before, and he wasn't going to begin at his time of life.
(Carroll, 1993: 57-58).

Por um lado, temos a referência direta ao desmembramento com a rainha, e por outro lado um indício mais subtil com a personagem do gato.

Uma das referências do sinistro mais presentes nestes contos é a questão da repetição. De modo a ilustrar o primeiro momento sobre este aspecto do sinistro apresentamos *frames* do filme da Walt Disney (1951) - *Alice in Wonderland*:



Figura 4 - Frames *Alice in Wonderland* (1951), a repetição da acção

this time she found a little bottle on it, and tied round the neck of the bottle was a paper label, with the words "DRINK ME" beautifully printed on it in large letters
 (...) Soon her eye fell on a little glass box that was lying under the table: she opened it, and found in it a very small cake, on which the words "EAT ME" were beautifully marked in currants.
 (Carroll, 1993:4, 6)

Em *Alice's Adventures in Wonderland*, Alice passa pela mesma situação um diverso número de vezes e o mesmo elemento de acção provoca o mesmo resultado. Neste caso, os elementos que agem sobre a personagem são a garrafa (beber) e o bolo (comer) que provocam uma alteração no seu tamanho. Este é um dos vestígios do sinistro sob o véu da repetição – importante realçar que o sinistro demonstra-se em situações que nos são familiares (vd. Trías, 2005: 43-44) como, por exemplo, o ato de beber ou de comer.

Jacqueline Flescher refere a presença da repetição de sistemas rítmicos no texto, assim como de padrões de discurso nas duas obras de Lewis Carroll para reforçar o absurdo (*nonsense*) nestas narrativas. Contudo, queremos desenvolver a ideia de que na repetição destas formas o autor envolve o leitor no próprio mundo do sinistro de Alice. Através da leitura da obra, não só perante uma repetição de discurso como uma repetição na acção do leitor, o leitor encontra-se numa situação estranha - o sentimento de *déjà vu*

(vd. Trías, 2005:45). O autor coloca no seu discurso a repetição (vd. Flescher, 1969:130-131), como podemos verificar através dos seguintes exemplos:

... and they drew all manner of things - everything that begins with an **M**. "Why with an **M**?" said Alice. "Why not?" said the March Hare. - that begins with an **M** such as **m**ouse-traps, and the **m**oon, and **m**emory, and **m**uchness ... did you ever see such a thing as the drawing of a **muchness**?
(Carroll, 1993: 49-50)

Esta forma de discurso repete-se em *Through the Looking Glass*:

I love my love with an **H**,' Alice couldn't help beginning, 'because he is **H**appy. I hate him with an **H**, because he is **H**ideous. I fed him with — with — with **H**am-sandwiches and **H**ay. His name is **H**aigha, and he lives —'
'He lives on the **H**ill,' the King remarked simply, without the least idea that he was joining in the game, while Alice was still hesitating for the name of a town beginning with **H**.
(Carroll, 1997: 66)

A suspeita sobre a vivacidade dos indivíduos é transversal em ambas as narrativas de Lewis Carroll, ora seja pelos animais estranhos com que Alice interage, ora seja com uma simples 'pedra'. Como refere Donald Rackin:

Despite the fact that inanimate objectics like stones have lost stable identity, they have up to chapter viii remaind within the class of inanimate objects - with the possible exception hints at in Chapter vii that tea-trays can fly like bats
(Rackin, 1966: 321).

Somos confrontados com uma dicotomia entre o que são seres animados e inanimados, onde as suas identidades não são estáveis mas sim uma dúvida constante.

Donald Rackin refere que:

the Caterpillar plays a role similar to Humpty Dumpty's in Through the Looking-Glass. Although he is by no means the incisive, dictatorial critic of language that Humpty Dumpty is, he is just as rude in his disparagement of Alice's linguistic habits.
(Rackin, 1966:317).

Tanto em relação a estas personagens como ao momento em que Alice atravessa o espelho estamos perante um indício do sinistro - o duplo. Nas obras de Lewis Carroll, o duplo está presente em momentos subtis como no caso acima referido, fazendo uso da linguagem e da relação que as personagens têm com Alice. No que diz respeito à

realização dos desejos do sujeito, vamos dar destaque ao livro *Through the Looking-Glass* onde a própria narrativa do livro é o desejo de Alice em ser rainha - o que acaba por conseguir no fim do livro; aqui a própria narrativa é uma do sinistro na realização do desejo íntimo do sujeito - o domínio sobre o real e o aumento de poder.

As obras de Lewis Carroll são um vasto e complexo manifesto do sinistro; o que aqui foi enunciado é apenas uma selecção dos pontos mais interessantes. No entanto, este enunciado sobre o sinistro em relação a estas duas obras não se esgota aqui.

- *A interferência de Alice: uma expansão*

Alice como *meme* cultural tornou-se numa estrutura viva. Assim sendo, espalhou-se por diversas áreas de expressão artística, como a ilustração, o cinema e inclusive a música — é um *meme* difundido em diferentes áreas da produção cultural. Neste análise vamos ter como princípio basilar a identificação da expansão do sinistro nestas áreas. Os objectos do nosso estudo são: a saga *Resident Evil* (com foco no primeiro filme), *The Matrix* (1999), e os filmes produzidos pela *Walt Disney* (1951) (2010).

No filme *Resident Evil* (2002) começaremos por focar a nossa atenção numa cena inicial que decorre entre os 8:18 e os 14:38 minutos. Perante o espectador, surge uma personagem estranha e sem identidade, mas à qual o realizador dá-nos indícios de esta personagem ser Alice.



Figura 5 - Frame Resident Evil (2002) - o chão de xadrez

A referência à Alice através do jogo de xadrez (vd. Carroll, 1999) e a mudança repentina de ambiente confere uma tonalidade estranha à cena. Começamos a perceber que esta personagem, apesar de sozinha e sem qualquer interação com outra personagem, dá-nos a conhecer a sua identidade através do espaço que a envolve.

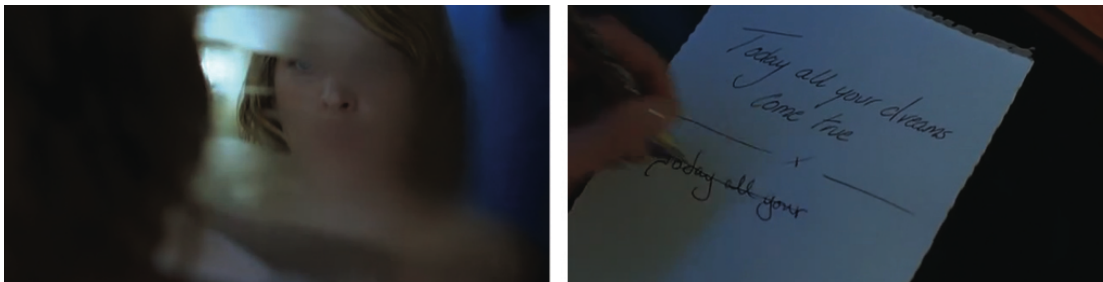


Figura 6 - Frame de Resident Evil (2002); a identidade de Alice

Tal como Alice no seu diálogo com a Lagarta não sabe definir a sua identidade, aqui acontece o mesmo com esta personagem.

'Who are you?' said the Caterpillar. This was not an encouraging opening for a conversation. Alice replied, rather shyly, 'I—I hardly know, sir, just at present— at least I know who I WAS when I got up this morning, but I think I must have been changed several times since then.'

'What do you mean by that?' said the Caterpillar sternly. 'Explain yourself!'

'I can't explain myself, I'm afraid, sir' said Alice, 'because I'm not myself, you see.'

(Carroll, 1993: 27)

A personagem usa o espelho para tomar consciência do seu corpo, e ao encontrar um bilhete tenta compreender se tinha sido escrito por ela, o que não conduz à revelação de qualquer informação sobre a mesma (figura 6). Nesta altura, nós já sabemos que ela é Alice apesar de, assim como na obra literária, ela não ter a certeza da sua identidade estando num processo instável (vd. Flescher, 1969:134).



Figura 7 - Frames da cena da porta e do espelho; a entrada para novas situações

Ainda dentro desta cena, temos dois momentos importantes a entrada de Alice nos acontecimentos *nonsense* e em *Wonderland*. No filme estão representados através da porta — como no livro, ela queria abrir a porta para chegar ao jardim; e pelo espelho que é o momento de passagem para *The Hive*⁹ (figura 7), repetindo a cena de *Through the Looking-Glass*, onde Alice tem de passar por um espelho para entrar na *Looking Glass House* (vd. Carroll, 1999: 5-7). Tal como em *Wonderland*, onde Alice cai para um buraco que parece ser infundável, aqui a personagem percorre um túnel para chegar ao *The Hive* — uma estrutura subterrânea tal como o mundo do fantástico de Lewis Carroll.



Figura 8 - O tempo - é de realçar que a obsessão pelo tempo é demonstrada nesta cena onde temos um foco na passagem de tempo

⁹ é uma estrutura da empresa Umbrella, que no universo de Resident Evil constrói armas, inclusive o vírus que transformou a maior parte da humanidade em *zombies*.

Outra questão importante a referir é o tempo:

The loss of a comprehensible space-time frame of reference is also the first thing she encounters, setting the stage for the pool of tears and stressful events to follow.
(Petersen, 1985: 427)

O tempo é uma obsessão nos contos de Lewis Carroll, de tal forma que em *Alice's Adventures in Wonderland* podemos afirmar que o coelho é vítima do tempo, tal como Lionel Morton sugere:

When Alice plunges into Wonderland, following the White Rabbit, she is certainly not entering a timeless world. The Rabbit, afraid that he is late, is the victim of a time that is going too fast for him: what startles Alice into action and begins all her adventures is the sight of him taking a watch out of his waistcoat pocket.
(Morton, 1978: 289)

Em *Resident Evil*, existe um coelho branco que é vítima do vírus (que representa uma corrida contra o tempo). O tempo é abordado como uma identidade física, a Rainha de Copas e o Chapeleiro referem-se ao tempo como se este fosse um indivíduo (vd. Rackin, 1966: 320). No filme, esta obsessão pelo tempo é demonstrada pelos relógios e pelo limite de tempo que as personagens têm para abandonar *The Hive*. Tal como o coelho, elas são vítimas do tempo.



Figura 9 - Os clones de Alice

Esta Alice, tal como a de Lewis Carroll, é portadora de mau presságio e infortúnio; todas as personagens com que se encontra e tenta auxiliar acabam mortas - isto é um vestígio do sinistro, assim como também o desmembramento da equipa de resgate que entra com

Alice na *Hive*. Ainda sobre o sinistro, encontramos a situação do duplo. No terceiro filme da saga, somos apresentados aos clones de Alice que inicialmente para o espectador é impossível perceber que seria um clone (um duplo). Só após a cena da Figura 9 é que percebemos que esta não é Alice, mas sim um duplo. No último filme da saga realizado - *Resident Evil: Retribution* (2012) – é-nos apresentada Ada Wong - um duplo de Alice (figura 10). Podemos apreender que esta personagem é um duplo da Alice do primeiro filme da saga não só pelas características da personagem, mas também pela roupa que é usada como um reforço dessa mensagem.



Figura 10 - Alice (no primeiro filme), ao centro Ada Wong, o duplo de Alice, e por fim Alice no filme realizado em 2012

Ao longo da saga, a roupa representa um papel importante e vai-se complexificando, ganhando novas camadas de significado, tal como na obra literária que de encontro em encontro vai crescendo o nível de estranheza em relação a *wonderland*. Aqui, essa evolução é dada pela roupa:



Figura 11 - A roupa representa a própria evolução da identidade de Alice

Esta constante alteração de roupa é um reflexo de identidade e da forma de representação do eu. Esta constante mudança de roupa ficou associada a esta personagem como podemos ver no filme *Alice in Wonderland* (2010), ou no editorial de Annie Leibovitz sobre a temática da Alice. A roupa é um reflexo da necessidade de Alice encontrar a sua identidade.

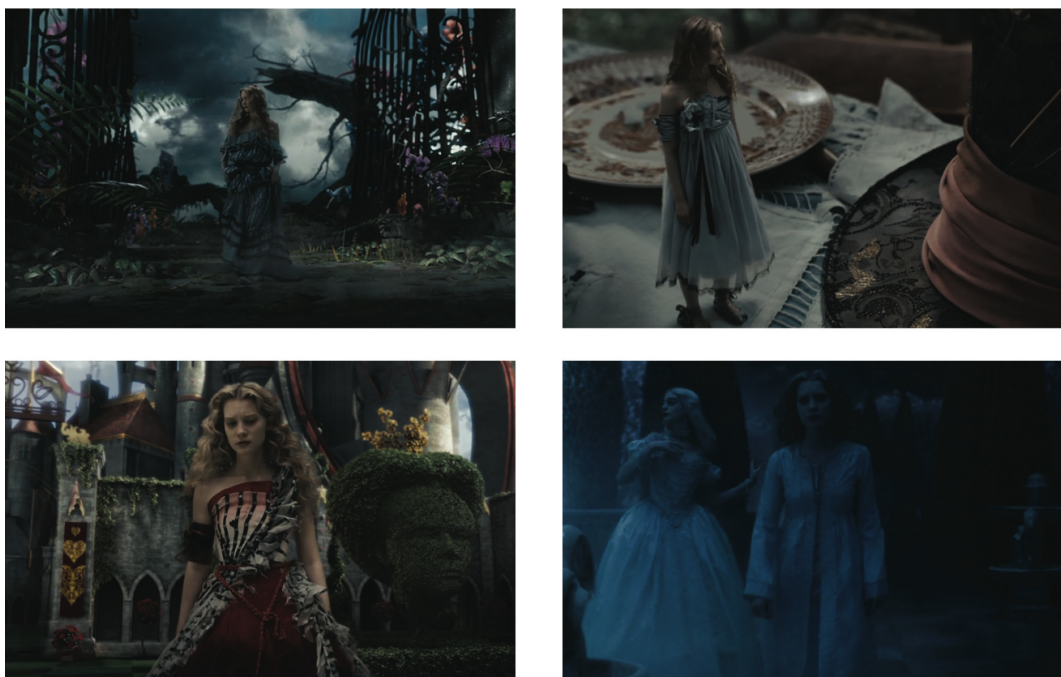


Figura 12- No filme de Tim Burton para a Disney (2010) podemos ver a importância da roupa para demarcar as cenas e a evolução de Alice durante toda a narrativa do filme.

A questão da identidade é transversal a todas as manifestações do *meme* cultural. No filme *The Matrix* (1999) temos expressa mais uma personagem descendente da obra literária de Lewis Carrol - Neo. Apesar das diversas referências às obras literárias no filme aqui apenas vamos incidir sobre a questão da identidade. Neo procura perceber quem é, tal como a personagem de Lewis Carrol. Está latente no filme uma narrativa do sinistro com a duplicidade do que é real e não-real - o estar ou não vivo. Neo segue o coelho¹⁰ exatamente para responder à mesma pergunta que é levantada por Alice:

“Dear, dear! How queer everything is today! And yesterday things went on just as usual. I wonder if I’ve changed in the night? Let me think---WAS I the same when I got up this morning? I almost think I can remember feeling a little different. **But if I’m not the same, the next question is, ‘Who in the world am I?’** Ah, that’s the great puzzle!”
(Carroll, 1993:8)

A personagem Neo é um reflexo da estrutura viva que é o *meme* cultural Alice. Este *meme* cultural parasitou, de forma inconsciente para o público, grandes ícones da cultura de massas. Queremos ainda deixar o apontamento que as características do sinistro também chegaram à música - o caso mais flagrante e impossível de negar é o vídeo de Gwen Stefani - *What You Waiting For?* - onde existe uma clara evocação de todos os motivos do *meme* cultural - Alice.

¹⁰ que no filme surge através de uma tatuagem no ombro de um mulher.

3.3 O gene cultural: o meme e o Estudo de Tendências

A aplicação do meme pode ser abordada em duas vertentes — como catalisador de comportamentos e como ferramenta para a inovação. Podemos facilmente perceber que o meme tem uma relação muito grande com os Estudos de Tendências, tal como sustenta Nelson Pinheiro Gomes:

Existe uma relação muito grande entre o meme, os Estudos de Tendências e a sua aplicação empresarial, pois podemos utilizar os memes culturais como fonte de informação para a determinação de tendências e, desta forma, construir uma estratégia para gerar inovação com base nas várias manifestações culturais e nestas células de código social.
(Gomes, 2014: 90)

O autor continua ao defender a ideia de que o *meme auxilia no processo de expansão da tendência, permitindo-lhe ser propagada e disseminada pelos indivíduos* (Gomes, 2014: 90). Contudo o meme não é apenas um auxiliar, mas um dos genes do ADN da tendência, sendo a unidade mais pequena em que podemos dividir uma tendência de comportamento. Por conseguinte, a alteração de um meme é uma alteração numa tendência. O momento em que um meme se transforma é o momento em que a tendência começa lentamente a modificar-se. É nesta perspetiva que o meme é um catalisador de comportamentos, a parasitação que faz no campo social permite altera-los— uma pequena alteração de informação neste gene cultural pode dar origem a uma nova variação de comportamento. Portanto, o meme além de ser a unidade mais pequena de qualquer tendência é também um catalisador de comportamentos.

De seguida vamos desenvolver a ideia de aplicação do Meme Estratégico. Nelson Pinheiro Gomes afirma que o “Meme Estratégico consiste numa nova ferramenta, ou num novo sistema de comunicação capaz de gerar ou de eliminar interesses através da comunicação persuasiva – publicidade e marketing” (vd. Gomes, 2014: 90). Atualmente esta é única perspetiva de aplicação do meme dentro dos Estudos de Tendências. Contudo, enquanto ferramenta o meme não elimina interesses através da comunicação persuasiva. Na verdade o meme é uma ferramenta potenciadora de interesses que existem

propagados no espirito do tempo pelo próprio processo de parasitação do meme. Nota-se que esta estrutura de replicação é amplificadora da potência da informação que contém. É com esta premissa que podemos afirmar que o meme estratégico é agente de mudança e força social. Como afirma Gomes:

o meme estratégico torna-se um agente de mudança e uma força social capaz de movimentar vários indivíduos e grupos, podendo mesmo atingir um nível massificado de influência. [...] Os memes produzidos criaram comunidades de marca e até subculturas. No caso da *Apple* estão associadas ao estilo, à simplicidade e ao design que esta marca pretendia disseminar.
(Gomes, 2014: 92)

Importa sublinhar que é impossível criar novos memes culturais. Podemos, no entanto, alterá-los ou explorá-los, através de novas ligações ou relações — o denominado memplex— para potenciar informação. Ou seja, o meme não pode ser visto como criador de subculturas, o que podemos fazer é usar o meme estratégico para imprimir na comunicação uma informação que seja concordante com a tipologia de consumidor que a marca deseja. É certo que o meme é realmente o *veículo ideal para a comunicação*, assim como, para o design, a curadoria, o marketing, entre outras, porque este veículo é uma unidade cultural (Gomes, 2014: 91).

Enquanto ferramenta para inovação, o conhecimento dos memes permite imprimir informação nos ritos, processos e objetos culturais para que estes sejam aceites e absorvidos de forma mais eficaz pelos espaço social. A percepção de marcas de similitude e do contrato social permitem fazer um processo de triangulação de modo a traduzir o meme em objetos — como é o caso da tradução do meme Alice na saga Resident Evil. O seu sucesso está intimamente ligado à transferência que o realizador do filme faz do meme Alice para a saga, transformando a saga num objeto culturalmente aceite.

Em suma, tentar criar um meme é um esforço vazio, pois a forma de aplicar o meme é potenciar a informação que ele contém. Podemos afirmar que não existem

memes novos apenas transformações da informação que já existe. E na sua relação com os Estudos de Tendências o meme é um elemento essencial para compreender o ADN de uma tendência. Como gene cultural é o primeiro elemento que sofre alterações, transformando-se assim no momento inicial em que uma tendência se altera.

Conclusão

O meme é uma unidade de informação, pelo que se conclui que podemos observar através dela as primeiras alterações nas mentalidades presentes no espírito do tempo. A importância desta unidade é clara, tanto na construção de identidades culturais como no entendimento de processos culturais. Não estamos a falar de signos, mas de unidades que formam o ADN cultural e promovem o contrato social e a lógica do sentido nas representações e manifestações do *zeitgeist*. Tal como os signos estão para a semiótica, o meme está para o estudo das mentalidades. Podemos criar entendimentos sobre tribos e narrativas, assim como desenvolver metodologias de ensino e transferência de conhecimento. De resto, a aceitação do filme *Resident Evil* pela sociedade só é possível porque o filme carrega em si o memplex de Alice.

O meme como unidade mais pequena da cultura permite alterar a forma como pensamos a comunicação e a gestão cultural. Acreditamos que a cultura é uma estrutura viva que se transforma e apropria de unidades de informação que existem no espírito do tempo. O Zeitgeist Model Segmentation (subcapítulo 1.5) é apenas uma das aplicações do meme enquanto reflexo de mentalidades. É possível criar múltiplas aplicações para o meme, sendo uma unidade cultural permite um entendimento micro e macro das mudanças sociais. Acreditamos que o meme é um factor potenciador de alterações para as tendências de comportamento. Como tal, as tendências não morrem mas transformam-se consoante a necessidade de sobrevivência. Isto permite mapear estes padrões de comportamento e transferi-los de modo a criar inovação. Assim, o momento em que um meme se transforma é o mesmo momento em que uma tendência se transforma.

Se, por um lado, o meme permite criar processos de triangulação cultural entre indivíduos, campo social e mentalidades, por outro, podemos aplicar memes a ritos, processos e objectos para que sejam absorvidos pelo público de forma mais eficaz. O meme em potência é catalisador de inovação, e faz da eficácia de sobrevivência uma forma de introduzir informações no campo social.

A criação de uma ponte entre o meme, a semiótica e as humanidades no geral torna-se de máxima importância. É certo que podemos utilizar estes autores para criar percursos e palcos de entendimento. Porém, acreditamos que o meme é um sistema auto-organizativo aberto. Isto significa que a tarefa de mapear o seu impacto é complexa e exige uma constante atualização. Como consequência, a materialidade do meme é difícil de trabalhar devido à sua volatilidade temporal. Isto implica pensar numa escala de importância de memes no campo social em que as possibilidades de discurso que o meme carrega são em potência ilimitadas.

O percurso que aqui apresentamos centrou-se no discurso como expressão do meme. Acreditamos que existem outras abordagens possíveis, mas por agora consideramos ser esta a forma mais eficaz de estudar a manifestação do meme uma vez que a comunicação e a cultura não existem em mundos separados, seja ele o mundo das ideias ou o mundo sensível.

Para além da aplicação do meme como elemento capaz de transformações sociais, queremos sublinhar a potencialidade de aplicação a diversas áreas, tais como o marketing, a comunicação, o estudo de tendências, o *design*, entre outras. Apenas faz sentido afirmar isto se tomarmos como verdadeira a afirmação de que a cultura é uma estrutura viva. Só esta premissa é capaz de validar o meme enquanto unidade de informação.

Em suma, esta investigação é apenas o início de uma abordagem ao meme cujo propósito final será compreender qual a importância desta estrutura. Acreditamos que estudos futuros poderão iluminar a relação entre o meme cultural e a curva de evolução de uma tendência de comportamento, assim como a criação de modelos de aplicação do meme. Acreditamos que os memes culturais permitem um melhor entendimento sobre o campo social, permitindo assim encontrar melhores políticas e estratégias culturais mais eficientes.

Bibliografia

ALLEAU, René (1976). *A Ciência dos Simbolos, Contribuição ao estudo dos princípios e dos métodos da simbólica geral*. Traduzido por Isabel Braga, Lisboa: Edições 70.

BARNES, Brooks (2016). *Alice in Wonderland, With Even More British Whimsy* url: <http://www.nytimes.com/2016/05/22/movies/alice-through-the-looking-glass-director-james-bobin.html> (data de visionamento: 19-05-16)

BARTHES, Roland (1977). *Image Music Text*. Traduzido por Stephen Heath, London: Fontana Press.

BARTHES, Roland (1978). *Mitologias*. Tradução de José Augusto Seabra, Lisboa: Ed. 70.

BARTHES, Roland (1981). *O sistema da moda*. Traduzido por Maria Cruz, Lisboa: Edições 70,Lda.

BARTHES, Roland (2009). *O óbvio e o obtuso*. Tradução de Isabel Pascoal, Lisboa: Edições 70.

BARTHES, Roland (2010). *A Câmara Clara, Nota sobre a fotografia*. Tradução de Manuela Torres, Lisboa: Edições 70.

BAUDRILLARD, Jean (1991). *Simulacros e Simulação*. Traduzido por Maria João da Costa Pereira, Lisboa: Relógio D'Água

BELTING, Hans (2014). *Antropologia da imagem. Para uma ciência da imagem*. Tradução de Artur Mourão, Lisboa: KKYM+EAUM.

BERGSON, Henri (1999). *Matéria e Memória*. Tradução de Paulo Neves, São Paulo: MartinsFontes.

BETTELHEIM, Bruno (2011). *Psicanálise dos contos de fadas*. Tradução de Carlos Humberto da Silva, Lisboa: Bertrand Editora.

BLACKMORE, Susan (1999) *The Meme Machine*. Oxford University Press, Oxford

BOURDIEU, Pierre (1989). *O Poder Simbólico*. Tradução de Fernando Tomaz, Alges: Difusão Editorial, S.A.

BOURDIEU, Pierre (2010). *A Distinção. Uma crítica social da faculdade do juízo*. Tradução de Pedro Elói Duarte, Lisboa: Edições 70.

BRAVO-VILLASANTE, Carmen (1977). *História da Literatura Infantil Universal*. Tradução de Manuel Campos e Alexandra de Freitas, Lisboa: Editorial Vega.

BRODY, Florian (1999). *The Medium is the Memory In The Digital Dialectic*. New Essays on New Media, Lunenfeld, Peter (ed.) Massachusetts: MIT Press pp.130-149

CALVINO, Italo (2002). *Sobre o Conto de Fadas*. Tradução José Colaço Barreiros. Lisboa: Teorema.

CARROLL, Lewis (1993). *Alice's Adventures in Wonderland*. New York: Dover Thrift Edition.

CARROLL, Lewis (1999). *Through the Looking-Glass and What Alice Found There*. New York: Dover Thrift Edition.

CARROLL, Lewis (1958). *Mathematical Recreation of Lewis Carroll. Symbolic Logic, game of logic : two books bound as one*. New York: Dover Publication, Inc.

COELHO, Nelly Novaes (2012). *O Conto de Fadas. Símbolos, mitos, arquétipos*. Lisboa: Nova Vega.

DAVIS, Richard Brian (ed.) (2010). *Alice in Wonderland and Philosophy: Curiouser and Curiouser*. USA: John Wiley & Sons, Inc,

DAWKINS, Richard (1989). *O Gene Egoísta*. Tradução de Ana Paula Oliveira, Lisboa: Gradiva.

DENNETT, Daniel (1993). *Consciousness Explained*. London: Penguin Books

DENNETT, Daniel (1990). 'Memos and the Exploitation of Imagination. In: *The journal of Aesthetics and Art Criticism*. Vol 48, n.º2 pp.127-135.

DONALD, Merlin (1999). *As Origens do Pensamento Moderno*. Tradução de Carlos Jesus, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

ELIADE, Mircea (1963). *Aspectos do Mito*. Tradução de Manuela Torres, Lisboa: Edições 70.

ELIOT, T.S. (1996). *Notas para a Definição de Cultura*. Tradução de Ernesto Sampaio, Lisboa: Edições Século XXI.

FLESCHER, Jacqueline (1969). 'The Language of Nonsense in Alice'. *Yale French Studies*, Nº43, Yale University Press: 128-144.

FLUSSER, Vilém (1985). *Filosofia da Caixa Preta, Ensaio para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo: Editora Hucitec.

FLUSSER, Vilém (2015). *Comunicologia: reflexões sobre o futuro*. Tradução de Tereza Maria Souza de Castro. São Paulo: Martins Fontes.

FOCILLON, Henri (1962). *O Mundo das Formas. O Elogio da Mão*. Tradução Maria José Lagos Trindade e Alexandre Torres, Porto: Edições Sousa & Almeida, Lda.

FOUCAULT, Michel (2014). *As Palavras e as Coisas. Uma Arqueologia das Ciências Humanas*. Tradução de António Ramos Rosa. Lisboa: Edições 70.

GARNER, Martin (Ed.) (2000). *The Annotated Alice: the definitive edition*. New York: Penguin Books.

GICK, Evelyn e GICK Wolfgang (2007). "Why the Devil wears Prada: The Fashion Formation process in a Simultaneous Disclosure Game between Designers and the Media". *Working Paper Series #147*, Center for European Studies (Harvard University).

GINSBERG, M. and L. Lockwood (1996) 'You Oughta Be in Pictures', *W*, July:57-59

GOMES, Nelson P. e FRANCISCO, ANA (2013). *Introdução aos Estudos de Tendências: Conceitos e Modelos*. Lisboa: Trends Research Center.

GOMES, Nelson Pinheiro (2010). *O Marketing da Aparência: Comunicação e Imagem nas Publicações Periódicas de Moda*. Lisboa: Universidade de Lisboa - Faculdade de Letras (Tese de Mestrado)

GOMES, Nelson Pinheiro (2014). *Comportamento de Consumo, Elites Sociais e Moda. Contributo para a consolidação disciplinar dos Estudos de Tendências*. Lisboa: Universidade de Lisboa - Faculdade de Letras (Tese de Doutoramento)

HALBAWACHS, Maurice (1990). *Memória Coletiva*. Tradução de Laurent Léon Schaffter; São Paulo: Edições Vertice.

HALL, Stuart (1998). *A identidade cultural na pósmodernidade*. Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro; Rio de Janeiro: DP&A.

LIPOVETSKY, Gilles (2010a). *Felicidade Paradoxal*. Tradução de Patrícia Xavier, Lisboa: Ed.70.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean (2010b). *A Cultura-Mundo. Resposta a uma sociedade desorientada*. Tradução de Victor Silva; Lisboa: Edições 70.

LLOSA, Mario Vergas (2012). *A Civilização do Espetáculo*. Tradução de Cristina Rodriguez e Artur Guerra; Lisboa: Quetzal Editores.

LUHMANN, Niklas (2006). *A improbabilidade da comunicação*. Tradução de Anabela Carvalho; Lisboa: Vega, Limitada.

KAHNEMAN, Daniel (2011). *Pensar, Depressa e Devagar*. Tradução de Pedro Vidal; Maia: Círculo de Leitores.

McLUHAN, Marshall (1988). *The Gutenberg Galaxy*. Toronto: University of Toronto Press.

MORIN, Edgar (1991) *Introdução ao Pensamento Complexo*. Traduzido por Dulce Matos. Lisboa: Instituto Piaget

MORTON, Lionel (1978). "Memory in the Alice Books". *Nineteenth-century Fiction*, Vol. 33. No.3 (Dec.), Vol.81, No.5 (Oct.), University of California Press: 285-308.

PETERSEN, Calvin (1985). "*Time and Stress: Alice in Wonderland*". *Journal of The History of Ideas*, Vol.46, No.3 (Jul.-Sep.), University of Pennsylvania Press: 427-433.

PEIRCE, Charles Sanders (1997). *Semiótica*. Tradução: José Teixeira Coelho Neto, São Paulo, Brasil. Editora Perspectiva

POSNER, Roland (2004), "Basic Task of Cultural Semiotics". In: *Signs of Power — Power of Signs*, Viena: INST.

PROPP, Vladimir (1979). *Las Raíces Históricas del Cuento*. Madrid: Editorial Fundamentos.

RACKIN, Donald (1966). "Alice's Journey to the End of Night". *PMLA*, Vol.81, No.5 (Oct.), Modern Language Association: 313-326.

RICOEUR, Paul (2004). *Memory, history, forgetting*. Tradução de Katheleen Blamey e David Pellauer; Chicago: University of Chicago Press.

ROUTLEDGE, C., ARNDT, J., WILDSCHUT, T., SEDIKIDES, C., HART, C., JUHL, J., VINGERHOETS, A. J., SCHOLTZ, W. (2011). “The past makes the present meaningful: Nostalgia as an existential resource”. *Journal of Personality and Social Psychology*, University of Southampton, England. (<http://eprints.soton.ac.uk/196225/>)

SILVEIRA, Nise da (1981). *Vida e Obra de Jung*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

SONTAG, Susan (2012). *Ensaaios sobre Fotografia*. Traduzido por José Afonso Furtado, Lisboa: Quetzal Editores.

SONTAG, Susan (2003). *Olhando o sofrimento dos outros*. Traduzido por José Lima, Lisboa: Gótica.

SOUSA, Eudoro de (2004). *Mitologia — História e mito*. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda.

SHINKLE, Eugenie edi. (2008) *Fashion as Photograph. Viewing and Reviewing Images of Fashion*. New York: I.B.Tauris & Co Ltd

SCHIRATO, Tony and YELL, Susan (2000) *Communication and Culture*. Sydney: SAGE Publication Ltd.

STANOVICH, K. E., WEST, R. F. e TOPLAK, M. E. (2001). “Intelligence and Rationality” In Sternberg, R. (Ed.), Kaufman (Ed.) *The Cambridge Handbook of Intelligence*. Cambridge: Cambridge University Press, 784-795

STANOVICH, K. E., & WEST, R. F. (2000). "Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate?" *Behavioral and Brain Sciences*, USA: Cambridge University Press, n.º 23, 645-665.

STEINER, George (1992). *No Castelo do Barba Azul. Algumas notas para a redefinição da Cultura*. Traduzido por Miguel Pereira, Lisboa: Relógio D'Água.

TARDE, Garbiel (1903). *As Leis da Imitação*. Traduzido por Elsie Clews Parsons, New Iorque: Henry Holt and Company.

TRÍAS, Eugenio (2005). *O Belo e o Sinistro*. Traduzido por Miguel Serras Perreira, Lisboa: Fim de Século.

TURKLE, Sherry [ed.] (2007). *Evocative Objects : Things We Think With*. Cambridge: The MIT Press

VEJLGAARD, Henrik (2008). *Anatomy of a Trend*. New York :McGraw-Hill

ZIPES, Jack (2012). *Fairy tales and the art of subservion : the classical genre for children and the process of civilization*. New York: Routledge Classics.

ZIPES, Jack (2006). *Why fairy tales stick : The evolution and relevance of a genre*. New York: Routledge.